

DUBAI

cidade do espectáculo

DUBAI

cidade do espectáculo

dissertação de mestrado integrado em arquitectura
FAUP . ano lectivo 2011/2012

Luís Diogo Alves Paula de Sousa
docente acompanhante: Professor Manuel Gaça Dias

agradecimentos

Aos meus pais, pelo apoio incondicional e ajuda no desenvolvimento do trabalho.

Aos meus amigos, sobretudo ao Bruno Costa , Maria Trabulo e Sofia Garcez por todas as conversas (específicas ou generalistas), que contribuíram para a discussão do tema em questão.

À Catarina Lencastre, pelo apoio e ajuda na formatação do trabalho.

Ao Professor Manuel Graça Dias, pelas críticas, conversas e acompanhamento de todo o processo.

A todos, muito obrigado.

resumo

Assistimos nas duas últimas décadas e a uma velocidade estonteante, à transformação da pequena aldeia piscatória do Dubai num dos principais destinos turísticos de luxo do mundo.

Detentora de múltiplos *records do guiness*, tais como o do edifício mais alto “Burj Khalifa”, ou do hotel mais luxuoso do mundo “Burj al Arab”, o Dubai tornou-se numa das cidades mais mediáticas da actualidade.

Para isso, a arquitectura parece ter desempenhado um papel fundamental. Foi através da espectacularidade, exuberância e luxo dos projectos construídos que o Dubai conseguiu atrair, não só, a atenção dos meios de comunicação como também milhares de turistas por todo o mundo. À semelhança de uma campanha de *marketing*, os edifícios, valorizados exclusivamente pela sua imagem, parecem reduzir-se assim a meros *produtos* pelos quais se promove a cidade. *Produtos* onde a arquitectura se reduz a uma imagem, uma experiência; na sua essência um *espectáculo*.

De forma a compreender a actual morfologia e estratégia de desenvolvimento urbano do Dubai, com este trabalho procurar-se-á não só estudar os factores sociais, económicos e políticos que se encontram na sua origem, como também reflectir acerca da viabilidade deste modelo de cidade, onde a qualidade da arquitectura parece secundarizar-se relativamente à sua imagem ou capacidade de sedução.

abstract

In the last two decades and at a high speed we've watched the transformation of the small fishing village of Dubai in one the main touristic destinations of the world.

With several world Guinness records like the tallest building "Burj Khalifa" or the most luxurious hotel of the world "Burj al Arab" Dubai has become one of today's most well known cities .

In this process, architecture seems to have played an important role. It was through the spectacularity, exuberance and luxury of the built projects that Dubai has attracted not only the media but also thousands of tourists around the world. As a marketing campaign, the buildings, valued only by their image, seem to have been reduced to mere *products* by which the city promotes itself. *Products* where architecture reduces itself to an image, an experience; in its essence a *spectacle*.

In order to understand the actual morphology and urban development strategy of Dubai, this work seeks not only to understand the social, economical and political factors behind its origin, but also to reflect about the viability of this model where the the quality of architecture seems to be reduced to its image.

0 introdução . 10

1 contexto histórico . 12

origem do Dubai . 16

Dubai após o início da extracção de petróleo . 26

Dubai: uma cidade com história . 35

2 análise da cidade . 36

planos urbanos. 40

fragmentação . 42

transportes . 46

espaços semi-públicos . 52

organização morfológica . 60

3 cidade do espectáculo . 64

sociedade do espectáculo. 68

Dubai: cidade do espectáculo. 72

Burj al Arab. 74

Madinat Jumeirah. 78

Palm Jumeirah. 82

Burj Khalifa e a construção em altura . 86

espectacularização enquanto manobra de *marketing* . 94

4 “Modelo Dubai” . 96

definição do “modelo Dubai”. 100

secundarização da qualidade da arquitectura . 102

inviabilização dos espaços exteriores. 106

insustentabilidade energética e ambiental. 110

modelo de exclusão. 112

conclusão. 118

0

introdução

Impulsionado por um grande desenvolvimento tecnológico dos meios de construção e por um grande investimento de capital, assistimos muito recentemente ao rápido crescimento de novas cidades. Neste contexto, Shanghai, na China, ou o Dubai, nos Emirados Árabes são exemplos de cidades que numa questão de décadas, se converteram em extensas metrópoles caracterizadas por uma complexa sobreposição de culturas, edifícios e pessoas.

As torres, símbolos do desenvolvimento tecnológico e económico que surgiram como resultado deste processo de transformação passaram então a dominar a morfologia destas novas metrópoles e a concorrer, com os restantes edifícios, num jogo de formas materializado pela arquitectura.

Nesta luta por protagonismo, a arquitectura e o urbanismo parecem ter-se reduzido a meros instrumentos de *marketing*, cujo objectivo se prende exclusivamente com a concepção de uma imagem sedutora capaz de atrair não só turistas como também novos possíveis investidores, e a cidade aparenta ter-se reduzido a um mero somatório de edifícios dispersos. Um conjunto de ícones sem qualquer relação entre si, onde a vontade de afirmação individual se sobrepõe a qualquer intenção de integrar uma lógica de conjunto; onde a excepção se converte em regra e a regra em excepção.

É neste contexto que surge o interesse pelo estudo do Dubai nos Emirados Árabes, cidade que, numa questão de aproximadamente duas décadas, passou de uma pequena vila piscatória a um dos principais destinos turísticos mundiais.

Famosa, em grande parte, pelos vários *records do Guinness* conquistados, dos quais se destacam o edifício mais alto do mundo (Burj Dubai), o maior centro comercial (Mall of Arabia) ou o “The World”, o maior arquipélago artificial do mundo, o interesse pela cidade do Dubai reside especialmente no modo como esta se serve da exuberância da arquitectura e planeamento urbano como a sua principal estratégia de desenvolvimento e forma de promoção. Trata-se de um modelo de cidade que aparenta viver sobretudo à custa da manutenção de uma imagem peculiar e do mediatismo gerado pelos seus edifícios e experiências. Um modelo urbano onde a importância concedida à imagem

e à afirmação individual parecem corresponder à secundarização da espacialidade e à dissolução da lógica de cidade enquanto um *todo*.

Em resultado de uma viagem realizada a algumas cidades dos Emirados Árabes Unidos (Dubai e Abu Dhabi) com este trabalho propõem-se assim uma reflexão acerca da actual situação do Dubai, bem como de todos os factores sociais, económicos e políticos que se encontram na sua origem. Trata-se de um estudo acerca da crescente importância que a imagem adquire no pensamento e construção das cidades contemporâneas e, conseqüentemente, da forma como a arquitectura parece ter vindo a reduzir-se gradualmente a um mero processo de *marketing* na promoção da cidade.

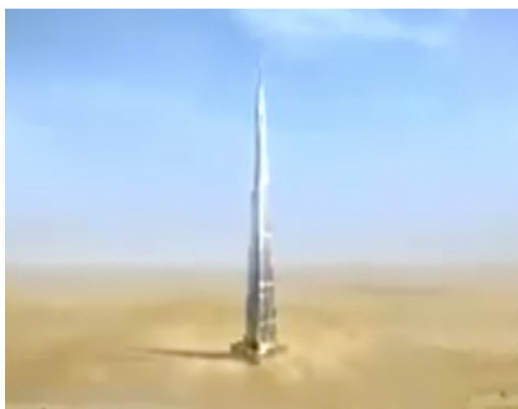
Recorrendo ao Dubai como caso de estudo, esta investigação estruturar-se-á então em quatro capítulos distintos: o primeiro, prender-se-á com a compreensão dos factores sociais, económicos, políticos e geográficos que se encontram na base do desenvolvimento da cidade do Dubai até à primeira década do século XXI ; no segundo, realizar-se-á uma análise crítica da forma como a cidade se organiza actualmente; no terceiro será analisado o modo como a espectacularização da arquitectura e do desenho urbano contribuíram para o sucesso do Emirado, recorrendo para isso ao exemplo de alguns casos práticos e no quarto e último capítulo procurar-se-á chegar a uma definição do que é o “Modelo Dubai”, bem como reflectir sobre as consequências e a viabilidade deste modelo de cidade construído com base no *espectáculo*.





1

contexto
histórico



1.1 Anúncio televisivo do edifício Burj Khalifa

1

contexto histórico

Geralmente descrita como uma cidade isenta de qualquer tipo de história, cultura ou identidade, o Dubai é frequentemente mitificado como uma metrópole que, numa questão de décadas, surge espontaneamente no meio do deserto.

Esta ideia “típica” construída sobretudo através de múltiplas campanhas publicitárias, tal como a que se realizou relativamente ao recente Burj Dubai (imagem 1), onde os edifícios da cidade nascem literalmente do deserto, sem qualquer tipo de contexto, não passa no entanto indubitavelmente de um mito.

Com este capítulo pretende-se assim não só desmistificar esta ideia de cidade que surge espontaneamente do nada, como também analisar os factores sociais, económicos e culturais, que se encontram na origem da transformação da pequena vila piscatória do Dubai, num dos principais destinos turísticos do mundo.

Para isso, em seguida, realizar-se-á uma breve análise da evolução histórica do Dubai que, apoiada em grande medida na extensa investigação do desenvolvimento do Emirado realizada por Christopher M. Davidson, professor de história na universidade de Cambridge, será dividida em duas partes distintas. Numa primeira, estudar-se-á as origens da cidade e todo o seu desenvolvimento até ao início da década de 1960; e numa segunda analisar-se-á sobretudo todo o processo de diversificação de indústrias e actividades que, potenciadas pela extracção e exportação de petróleo, resultaram na grande transformação morfológica do Emirado.

origem do Dubai

séc. XVIII

“The Gulf region has been an area of contention and struggle since the fifteenth century when the Portuguese, followed by the British, attempted to gain control over parts of what was then known as “Historic Oman”. Motivation was primarily commercial, to control vital spice trade, and important commodity at that time due to its use in the preservation of food”¹

Tal como refere Yasser Elsheshtawy (2010), desde o início do século XV que a região do Golfo devido à sua localização estratégica nas rotas comerciais, especialmente a das especiarias, se tornou um local de interesse particular.

Ao contrário do norte do Golfo disputado por vários países como Portugal e Inglaterra, o litoral sul do Golfo, dada a sua grande escassez de recursos permaneceria, no entanto, dominado apenas por algumas populações indígenas até ao século XVIII, altura em que, com a deslocação de dois importantes grupos tribais, os Bani Yas originários da Pérsia e os Qawasim originários de Najd, se estabeleceriam uma série de núcleos populacionais a partir dos quais nasceram a maioria dos Emirados que actualmente constituem a margem sul do Golfo (inclusivé o Dubai).

Nas palavras de Christopher M. Davidson², o Dubai, tratava-se originalmente de um pequeno aglomerado piscatório organizado em torno das margens de um riacho, o Dubai Creek, onde habitavam pouco mais do que 1000 pessoas. Pertencente aos Bani Yas, o Dubai encontrava-se no limite mais a este do seu território, estabelecendo fronteira com o outro conglomerado tribal, os Qawasim.

Apesar da sua localização na fronteira entre os dois conglomerado tribais, a situação no Dubai manteve-se relativamente pacífica até aos finais do século XVIII, altura em que os Bani Yas, liderados pelo Sheik Shakbut Dhiyab, entraram em confronto com os Qawasim pela supremacia do litoral sul do Golfo, tornando o Dubai num local

¹ Yasser Elsheshtawy. *Dubai: Behind an Urban Spectacle*. New York: Routledge, 2010; pág. 62

² Christopher M. Davidson. *Dubai: The Vulnerability of success*. London: HURST Publishers Ltd, 2008

de combate³.

Consequentemente, as primeiras décadas de existência do Dubai, viriam assim a marcar-se por uma constante subordinação quer aos Bani Yas, quer aos Qawasim, situação que só viria a alterar-se mais tarde com a intervenção dos ingleses no litoral sul do Golfo.

Participação dos Ingleses no Baixo Golfo séc. XVIII-XIX

Tal como refere Christopher M. Davidson (2008) , desde o final da década de 50 do século XVIII que a “English East India Company”, após fechar a maioria dos entrepostos comerciais franceses na Índia e conquistar importantes pontos comerciais estratégicos como Bengal, Bihar e Orissa, vinha a estabelecer um monopólio completo sobre as rotas comerciais no Golfo.

No entanto, em meados da década de 60 do século XVIII, os Qawasim estabeleceram um entreposto comercial em Basidu, na estratégica ilha de Qishm localizada junto ao estreito de Ormuz, e começaram então a boicotar a entrada de embarcações inglesas no Golfo, interferindo assim com as suas actividades comerciais.

Confrontada com um acentuado decréscimo das receitas, a “English East India Company” começou então a recolher provas de actos de pirataria de forma a pedir o auxílio da Royal Navy que, independentemente da veracidade das acusações, acabou por ordenar o ataque ao território Qawasim em 1820.

Graças à supremacia bélica inglesa, o ataque às populações de Ra’s al-Khaimah, Umm al-Qawain, Ajman e Sarjah, na fronteira com o Dubai, terminou assim rapidamente com a capitulação dos Qawasim e marcou desta forma a introdução do império Britânico no sul do Golfo.

Dados os excessivos custos de deslocação e aparente escassez de recursos, a margem sul do Golfo, tratava-se no entanto, de um território pouco atractivo. Como tal, ao invés da sua ocupação, o império Britânico optou por um outro tipo de controlo.

³ “ Shakhbut’s sheikdom [...] together with its Omani allies had become locked into a struggle for supremacy over the littoral of the lower Gulf with another major power group led by the Qawasim or Al-Qasimi clan of Ra’s al-Khaimah in the north.”

Idem: pág. 10

Um controlo indirecto, significativamente menos dispendioso, que consistia no estabelecimento de uma série de tratados de anti-pirataria e aceitação de pequenas residências britânicas.

Destinados sobretudo a controlar a influência Qawasim, estes tratados foram não só assinados pelos próprios Qawasim, em resultado da sua derrota, como também pelos Bani Yas (incluindo o Dubai) que, interessados na protecção e apoio Britânico, deram assim início a uma relação de amizade que viria a prolongar-se durante décadas:

“Indeed, when members of the task force explored beyond Sarjah, they reportedly met peacefully with the Bani Yas governor of Dubai, Sheik Muhammad bin Hazza Al-Nahyan, and promptly signed a peace treaty with his uncle, Sheik Zayed bin Saif al-Nahyan. Thus, in Dubai’s case at least, the arrival of British power in the lower Gulf was a positive development: Dubai began a constructive relationship with new external power and was immediately relieved from further Qawasim pressure and incursions...”⁴

Independência do Dubai sec. XIX

Com o estabelecimento dos tratados com os ingleses , a situação dentro do território Bani Yas, encontrava-se assim novamente controlada.

Esta estabilidade, como evidencia Christopher M. Davidson (2008) durou no entanto pouco tempo. No ano de 1833, o Sheik Thanun bin Shakbut Al-Nahyan, governador de Abu Dhabi, capital do território Bani Yas, viria a ser assassinado pelo seu irmão, Sheik Khalifa bin Shakbut Al-Nahyan, assumindo desta forma o poder.

Com a população revoltada pelo assassinato do seu líder e os restantes irmãos ansiosos por tomar o lugar do recente governador, revoltas e conspirações tornaram-se acontecimentos constantes.

Consequentemente, gerou-se toda uma onda de violência e insegurança que, se por um lado permitiu a consolidação da posição de Khalifa enquanto governador, acabou, por outro, por originar um descontentamento da população de tal forma acentuado

⁴ *Idem*: pág. 12

que levou ao abandono de cerca de mil dos seus habitantes, aproximadamente um quinto da população.

Liderados por Maktum bin Buti, este grupo, constituído na sua maioria por comerciantes, acabou por se fixar no Dubai, duplicando a sua população e marcando um dos momentos mais importantes da história da cidade: a ascensão da família Maktum ao poder e, conseqüentemente, o início da dinastia Maktum (dinastia vigente até aos dias de hoje).

A ascensão dos Maktum ao poder correspondeu também ao início da luta do Dubai pela sua independência, tarefa que não se mostrou no entanto fácil, devido à relutância de Khalifa em ceder a soberania do território de uma forma pacífica.

De modo a evitar um ataque dos Bani Yas, o Dubai foi assim obrigado a estabelecer uma aliança com os seus antigos inimigos, os Qawasim, aliança que lhe permitiu a manutenção da sua auto-proclamada independência até que, posteriormente, em 1835, viria a ser oficialmente reconhecida pelos Ingleses.

O reconhecimento da sua independência por parte dos Bani Yas, viria também a acontecer 10 anos mais tarde, em 1845, com a eliminação e substituição do Sheik Khalifa pelo Sheik Said bin Thanun Al-Nahyan, com o qual o Dubai mantinha boas relações.⁵

Fundação de um “Free-port” final do séc. XIX

Com a independência assegurada, o Dubai passou finalmente, a partir da década de 50 do século XIX, a usufruir de uma estabilidade política que lhe permitiu não só manter-se afastado de grandes conflitos como também possibilitou um franco desenvolvimento e diversificação das suas actividades económicas.

De facto, enquanto que a maioria dos estados do Baixo Golfo sobreviviam ainda essencialmente da pesca, criação de gado, agricultura e re-exportação básica, o Dubai apresentava já uma importante e significativa indústria de extracção de

⁵ “In 1845 Khalifa was eliminated and Said seized control, beginning a powerful Abu Dhabi alliance that would have been unthinkable only a few years earlier”

Idem: pág. 14

pérolas e construção de barcos. Nas palavras de Christopher M. Davidson “a pouca profundidade das suas águas, combinada com uma das maiores reservas de pérolas do mundo permitia aos seus comerciantes abastecer alguns dos principais mercados mundiais, tais como Bombaim ou Inglaterra”⁶, tornando o Dubai num dos principais portos comerciais de todo o Golfo.

Apesar da sua importância comercial, foi no entanto a partir do final do século XIX, com a decisão do Sheik Maktum bin Hasher Al-Maktum de remover todas as barreiras comerciais, incluindo as taxas alfandegárias e licenças das embarcações, que o crescimento da cidade se acentuou.

Com a transformação do Dubai num *free-port* assistiu-se, de facto, a um franco desenvolvimento não só da sua indústria de exportação de pérolas como também da sua actividade re-exportadora. Simultaneamente, os benefícios resultantes da isenção de taxas atraíram também centenas de mercadores de todo o Golfo, em especial da Pérsia, que para aqui se deslocaram à procura de melhores condições para os seus negócios.

Consciente da importância da fixação destes mercadores no Dubai, o Sheik Rashid bin Maktum Al-Maktum, acolheu-os de imediato e ofereceu-lhes não só protecção como uma grande porção de terra junto ao Dubai Creek, para ali construírem as suas habitações e montarem os seus negócios. Foi com esta medida que se deu assim início à construção do bairro Bastakya, bairro que acabaria por desempenhar um papel fundamental na organização da cidade e na definição da cultura do Dubai através da introdução das torres de vento, também denominadas *Jabeel*, no repertório arquitectónico da cidade.

Com a exportação de pérolas a mostrar-se um negócio extremamente lucrativo e a abolição das taxas alfandegárias e comerciais a atraírem mercadores de todo o golfo, o Dubai vivia assim, no início do século XX, um rápido crescimento económico e demográfico.

⁶ *Idem*: pág. 23

Precariedade das condições da vida no Dubai início do séc XX

Apesar do desenvolvimento económico do Dubai, as condições da sua população no início de século XX continuavam no entanto bastante precárias. Além de uma notória falta de investimento em qualquer tipo de infra-estruturas básicas, como sistemas de distribuição de água ou vias de circulação pavimentadas, as suas habitações encontravam-se também, na maioria dos casos, em condições deploráveis.

Simultaneamente, no final da década de 1910, o comércio, a principal fonte de rendimento dos seus habitantes, começava também a apresentar sinais de estagnação em parte como resultado das cláusulas limitadoras impostas pelos tratados acordados previamente com os ingleses.

De facto, se inicialmente estes acordos apenas impediam os seus subscritores de entrarem em confronto marítimo entre si e os obrigavam a aceitar a presença britânica, quando estes foram renovados (em 1892), as cláusulas tornaram-se significativamente mais limitadoras, proibindo os governadores de estabelecer qualquer tipo de acordos ou vender qualquer parte do seu território, a entidades que não inglesas. Como tal, ao assinar estes documentos, os governantes perdiam grande parte da soberania do seu território em troca da protecção britânica.

No caso do Dubai, estas limitações tiveram consequências especialmente catastróficas no desenvolvimento da sua indústria de extracção e exportação de pérolas. Dada a impossibilidade de estabelecer contactos e relações comerciais com outros países que não Inglaterra, as exportações encontravam-se imediatamente limitadas. Simultaneamente, dadas as limitações impostas à importação de tecnologias do exterior, tornou-se cada vez mais difícil manter a actividade competitiva, o que ao longo do tempo, acabou por resultar num progressivo decréscimo das receitas.

Com as actividades comerciais a estagnarem e as condições sociais e económicas a deteriorarem-se, generalizou-se então no Dubai um sentimento de insatisfação geral que colocava em questão o domínio britânico na região.

O Dubai começava finalmente a consciencializar-se dos efeitos inibidores de um tratado que, se numa fase inicial tinha permitido a manutenção da sua independência e estabilidade política, começava agora a funcionar como uma fórmula castradora de controlo.

Criação de um sistema de rendas década de 1920

De modo a reforçar as relações com o Dubai e, conseqüentemente, a evitar possíveis insurreições contra a sua presença, os Ingleses implementaram então, na década de 1920, um sistema de rendas tributárias que acabou por se manter até á década de 60 do século XX.

Este sistema consistia no pagamento de uma renda mensal ao governador em troca da utilização de alguns serviços ou parte do seu território de modo a, por um lado, fortalecer a relação entre ambos os poderes, e por outro reduzir a dependência do governador à taxaço dos seus comerciantes.

“ It was thought that if large sums of ‘locational’ rent could be channeled directly to the local rulers, then this would reinforce their client status with Britain. Such strategic subsidies would prolong the self-enforcement of the original treaties, while concurrently reducing the rulers’ reliance on taxation from their merchant elites (which had previously been their primary source of revenue), and thereby further reducing the likelihood of internal opposition or meaningful autonomous development outside the British control”⁷

A introdução aparentemente benéfica deste sistema acabou, no entanto, por corresponder a uma acentuação das diferenças sociais e da precariedade das condições em que viviam os residentes do Dubai, já que, a implementação desta renda mensal constante, ao tornar os seus governantes independentes da taxaço da população, tornava-os também indiferentes perante as suas exigências.

Desta forma, ao invés de potenciar o desenvolvimento das condições do Emirado, este sistema acabou por resultar exclusivamente num aumento da fortuna dos seus governantes, que viam neste esquema a sua renda pessoal.

⁷ *Idem*: pág 24

Progressiva deterioração das condições de vida e da actividade comercial no Dubai

décadas de 1920-1960

Com as rendas a aumentarem rapidamente a fortuna dos governantes e as condições para o comércio a tornarem-se cada vez menos atractivas, a situação no Dubai foi-se progressivamente deteriorando até que, na década de 40 do século XX, acabou por atingir proporções alarmantes.

Tal como refere Christopher M. Davidson (2008) a recessão económica global vivida no período após a segunda guerra mundial resultava num acentuado decréscimo do volume de exportações. Simultaneamente, as excessivas limitações impostas pelo tratado com os ingleses que impediam a modernização das tecnologias, tornavam actividades como a extracção de pérolas, anteriormente bastante lucrativas, muito pouco competitivas quando comparadas com, por exemplo, a indústria Japonesa, onde as pérolas de cultura permitiam uma redução significativa do seu preço de venda.

Sem qualquer tipo de infra-estruturas básicas, condições de habitação e trabalho decentes e com uma indústria pouco diversificada e em recessão, o Dubai em meados da década de 40 do século XX encontrava-se numa situação de de tal forma precária que era considerado um dos protectorados mais pobres do império Britânico.

Esta situação, como seria de esperar, resultou na indignação dos seus habitantes que, insatisfeitos com a debilidade das suas condições de vida e trabalho, começaram a insurgir-se relativamente à forma como as receitas das rendas pagas pelos Ingleses eram utilizadas e distribuídas pela população.

Este progressivo aumento do descontentamento acabou por culminar, no início da década de 50 do século XX, com a emergência do Nacionalismo Árabe, movimento que, inspirado nos ideais nacionalistas de Nasser, então presidente do Egipto, defendia não só a expulsão dos Ingleses como questionava também a capacidade de liderança do Sheik Rashid al-Maktoum, então governador do Dubai.

Dada a precária situação em que os residentes do Emirado se encontravam, o Nacionalismo Árabe rapidamente passou de um pequeno grupo de opositores para uma importante força contestatária.

Progressivamente, as ruas encheram-se de cartazes de propaganda nacionalista, as manifestações tornaram-se mais frequentes e, conseqüentemente, a estabilidade política viu-se ameaçada, obrigando os Ingleses a assumirem uma posição mais

proactiva a fim de controlarem a situação e assegurarem a sua presença na cidade.

A partir do início da década de 60 do século XX, o representante britânico no Dubai começou então a trabalhar directamente com a família do governador de forma a controlar a ameaça do Nacionalismo Árabe. Para isso, a solução adoptada passou essencialmente por um reforço das forças de segurança locais mas também um reforço do “Trucial State Council”, uma espécie de aliança entre os vários Emirados do Baixo Golfo que vinha a ser implementada pelos ingleses desde o início da década de 50 do século XX.

Esta aliança deveria funcionar como uma força de segurança transversal aos vários Emirados que, no caso do abandono ou redução da protecção britânica, funcionasse como o seu principal sistema de defesa. Mais do que isso, o “Trucial State Council”, foi de facto crucial para o desenvolvimento e consolidação do Baixo Golfo pois, resultou na formação, pela primeira vez, de um conselho que entendia os vários Emirados e os seus problemas enquanto um *todo*. Introduzia-se então pela primeira vez, a ideia de um Baixo Golfo unido com políticas de desenvolvimento e segurança transversais aos vários Emirados. Uma ideia de união que, anos mais tarde, acabaria por resultar na conversão do Baixo Golfo numa confederação de estados autónomos denominados de Emirados Árabes Unidos.

Apesar da implementação de todas estas medidas no combate à onda de oposição gerada pelo Nacionalismo Árabe, a população continuava, no entanto, indignada com a precariedade das suas condições de habitação e trabalho. De facto, no início da década de 60 do século XX, o Dubai continuava a não apresentar qualquer sinal de desenvolvimento. Infra-estruturas básicas tais como estradas ou um sistema de distribuição de água continuavam inexistentes, as suas indústrias, mesmo com todas as isenções fiscais, permaneciam em recessão e a sua população continuava a viver em habitações miseráveis, desprovidas de electricidade e abastecimento de água potável.

Esta condição de precariedade encontrava-se no entanto prestes a alterar-se com o início de uma gigantesca operação de reestruturação morfológica e diversificação de actividades que, potenciada pelo início da extracção de petróleo, em meados da década 60 do século XX, viria a transformar por completo o Dubai.



1.2 Dubai 1958

Dubai após o início da extracção de petróleo

década de 1960

Tal como refere Christopher M. Davidson (2008), se até ao início da década de 60 do século XX, o Dubai se definia pela precariedade das suas habitações, infra-estruturas e indústrias aliadas a um descontentamento social generalizado, a partir de 1966 esta situação viria a alterar-se por completo. Com o início da exportação de petróleo a melhorar drasticamente as condições económicas do Emirado, subitamente havia possibilidade de investir no desenvolvimento de todo o tipo de infra-estruturas até então inexistentes, modernizar e diversificar as suas indústrias e, sobretudo, devolver a confiança da população no seu governo.

O início da exportação de petróleo, constituiu de facto um ponto de transição na história do Dubai e o ponto de partida para uma série de intervenções que viriam a transformar por completo a morfologia deste Emirado e a consolidar a sua posição como um dos principais destinos turísticos e financeiros a nível mundial.



1.3 Dubai 1960

População

década de 1960

Em primeiro lugar, o início da exportação de petróleo resultou numa acentuada melhoria das condições de vida da população no Dubai.

De facto, se até então, os únicos benefícios que a população tinha era a isenção de impostos comerciais, com o início da extracção de petróleo esta adquiriu um estatuto que a elevava acima de qualquer entidade estrangeira. Mais do que um título, este estatuto concedia-lhe o acesso privilegiado a inúmeras licenças de construção, direitos de exploração de marcas internacionais e ajudas para iniciar ou manter os seus negócios. Concedia-lhes assim finalmente não só oportunidades de trabalho rentáveis, mas sobretudo a possibilidade de terem uma vida e situação financeira estável.

Os nacionais encontravam-se assim, pela primeira vez, com possibilidades de adquirir e importar todo o tipo de bens e o Nacionalismo Árabe acabou, consequentemente, por perder a força que possuía anteriormente:

“ Indeed, as commercial quantities of oil exports finally began to flow out of Dubai (some twenty year later than the first Kuwaiti oil exports(1946)) most Dubai nationals were elevated above any kind of extractive state, and found themselves able to import goods on an unprecedented scale. A frenzy of consumerism began, and the previously belligerent merchant families that had backed the Dubai National Front lost much of their power base. Young men had money in their pockets and business to run, and busied themselves with keeping pace with the region's oil boom rather than concentrating on political reform.”⁸

Além das reformas sociais, as receitas provenientes da extracção de petróleo tornaram também possível um gigantesco investimento na concepção de toda uma série de infra-estruturas até então inexistentes. Edificaram-se pontes que permitiram pela primeira vez cruzar o Dubai Creek sem recorrer a barcos, estabeleceu-se o primeiro sistema de abastecimento de água e electricidade e construíram-se as primeiras vias pavimentadas.

⁸ *Idem*: pag 53

Fundação dos Emirados Arabes Unidos

décadas de 1960-1990

No início da década de 1960, o Dubai parecia apresentar então novamente os indícios de um possível futuro próspero. As suas condições de habitação exibiam melhorias significativas, as infra-estruturas desenvolviam-se rapidamente e o comércio parecia encontrar-se de novo em crescimento.

No entanto, no ano de 1967, surgiu uma notícia inesperada que poderia comprometer a estabilidade e desenvolvimento do Emirado. Os ingleses deram a conhecer as suas intenções de abandonar o Baixo Golfo num período de quatro anos.

Apesar desta decisão não ser de todo inesperada, pensava-se que o período de transição seria bastante mais alargado de forma a possibilitar a consolidação de estruturas que assegurassem a estabilidade e segurança dos seus protectorados. No entanto, a rápida deterioração das condições económicas em Inglaterra obrigaram a um acentuado corte nas despesas com a manutenção da sua presença no Golfo e, consequentemente, ao progressivo abandono da região.

Os estados do Baixo Golfo encontraram-se assim pela primeira vez obrigados a colocar as suas discordâncias de lado e a trabalharem em conjunto de forma a consolidar uma instituição independente que assegurasse a união e segurança colectiva dos vários Emirados. Para isso, entre os anos de 1968 e 1970, realizaram-se uma série de reuniões com os vários governadores dos diversos Emirados de forma a discutir a possibilidade de tal organização; reuniões que viriam a resultar, em 1971, na criação dos Emirados Árabes Unidos, uma confederação de estados autónomos presidida por Sheik Zayed, governador de Abu Dhabi.

A partir de 1971, o Baixo Golfo encontrava-se então pela primeira vez unido, livre das limitações impostas pelos tratados britânicos, e com uma situação económica privilegiada resultante do sucesso da extracção de petróleo. Situação que viria a impulsionar um acentuado crescimento dos diversos Emirados.

Diversificação das actividades décadas de 1970-1990

Com as rendas pagas pelos ingleses (anteriormente a principal fonte de rendimento do Dubai) a deixarem de existir, a extracção e exportação de petróleo tornaram-se então as suas principais fontes de receitas.

Após a realização de vários estudos viria no entanto a constatar-se que as reservas de petróleo do Emirado eram, de facto, bastante limitadas quando comparadas por exemplo com as de Abu Dhabi.

Esta consciencialização introduziu então uma mudança de posição na estruturação do plano de desenvolvimento do Dubai. Tal como refere Christopher M. Davidson (2008), com o objectivo de construir uma economia sustentável e independente da extracção e exportação de petróleo, o Dubai viria a realizar, na década de 1970, um plano de diversificação das suas actividades que transformaria definitivamente o seu carácter urbano. Dentro das medidas adoptadas destacam-se sobretudo o desenvolvimento e diversificação das actividades comerciais, a introdução das *free-zones* e, mais tarde, em 1990, a aposta no desenvolvimento da indústria do turismo.

Estas medidas tiveram indubitavelmente um papel fundamental na transformação da cidade. Como tal, de forma a perceber a actual situação do Dubai, torna-se necessário compreender individualmente cada uma destas.



1.4 Dubai 1970 (Port Rashid)

Desenvolvimento das infra-estruturas comerciais

Desde as suas origens que o Dubai, apesar da constante precariedade económica que o acompanhou até meados da década de 60 do século XX, sempre se procurou afirmar como um importante ponto comercial no Baixo Golfo.

Com o *boom* do petróleo a resultar numa acentuada melhoria das condições económicas, o Dubai encontrava-se então finalmente capaz de investir no desenvolvimento da sua actividade comercial.

Ao contrário de muitos dos outros Emirados que aproveitaram as receitas do petróleo para investir no mercado ocidental, o Dubai decidiu então apostar no desenvolvimento das suas infra-estruturas comerciais de forma a consolidar o seu mercado de re-exportação.

Para isso realizaram-se uma série de projectos que viriam a dinamizar excepcionalmente o potencial comercial do Emirado, tais como o Port Rashid (1972), um porto de águas profundas construído em Shindagah com o objectivo de modernizar o comércio e transporte marítimo do Emirado, o Dubai Internacional Airport (1970), o primeiro aeroporto comercial do Dubai e o National Bank of Dubai (1970).

Apesar da importância de todas estas obras, a medida que possivelmente mais condicionou a morfologia da cidade, foi no entanto o considerável investimento que se realizou na construção de centros comerciais. Investimento que, aliado à inexistência de qualquer tipo de regra ou limitação relativamente à sua quantidade ou dimensão, resultaram, especialmente a partir da década de 90 do século XX, numa intensa multiplicação destas superfícies.

De facto, os *shoppings* tornaram-se de tal forma numerosos e importantes, que acabaram por colocar o Dubai no segundo lugar do *ranking* dos principais destinos comerciais do mundo⁹ e converter-se nos espaços privilegiados para o desenvolvimento das actividades comerciais na cidade.

⁹ “Dubai is ranked the second world’s most popular destination for shopping after the United States and ahead of popular shopping destinations like Singapore, France, UK, and Hong Kong among others.”
[<http://dctm.gov.ae/definitely-dubai/dubai-tourism> (consult. em 12/08/2012)]

As “free zones”

Consideravelmente mais complexo que o investimento na construção e dinamização das infra-estruturas comerciais, foram as estratégias realizadas de forma a atrair o investimento estrangeiro não relacionado com a extracção de petróleo. Para tal, uma das principais medidas consistiu na criação das denominadas “free zones”, zonas possíveis de serem adquiridas por uma qualquer entidade privada, que se mantêm ainda até aos dias de hoje.

Estas zonas tratam-se basicamente de espaços com condições e legislação específicas que procuram sobretudo facilitar o investimento de empresas internacionais no Dubai. Tratam-se de zonas equipadas com todo o tipo de infra-estruturas necessárias para a fixação imediata das empresas tais como zonas de administração, boas condições de transporte e um sistema de emissão de vistos facilitado para os seus trabalhadores.

Ainda que estas tenham sido implementadas originalmente com o objectivo de se destinar, em exclusivo, à fixação de empresas internacionais no Dubai, o seu sucesso foi tal que os seus benefícios acabariam também por se estender ao sector imobiliário. Consequentemente, com a introdução destas zonas e privatização do território, nasceram assim gigantescos complexos de habitação e escritórios privados que, como se verá mais adiante, tiveram um papel determinante na definição da actual morfologia do Emirado.

Turismo e Lazer

Por último, de forma a diversificar as suas actividades e libertar-se progressivamente da dependência da extracção e exportação de petróleo, iniciou-se ainda no Dubai, a partir da década de 90 do século XX, um enorme investimento no desenvolvimento e consolidação de uma indústria de turismo de luxo.

De facto, até meados da década de 1950, o Dubai não possuía qualquer tipo de infra-estruturas destinadas ao turismo. Apesar dos primeiros hotéis terem começado a surgir a partir de 1960, somente em 1992, com a inauguração do Dubai Tourism Promotion Board, uma instituição criada com o objectivo de promover internacionalmente o Dubai, é que o seu turismo se acentuou :

“ From 1992 onwards the sector mushroomed, with a newly established Dubai Tourism Promotion Board (later integrated into the Dubai Department of Commerce Marketing) concentrating on international promotions and positioning Dubai as not just a commercial hub, but also as a resort of destination.”¹⁰

Com o êxito desta instituição a traduzir-se num aumento relevante do número de turistas anuais, o Dubai começou então a investir significativamente na construção de hotéis e *resorts* de luxo que, pela peculiaridade das suas formas ou experiências, acabaram por torna-lo num dos destinos turísticos mais desejados do mundo. Consequentemente, de forma a incentivar o turismo, o Dubai viria assim a dar início na década de 1990, a toda uma estratégia de desenvolvimento urbano que, baseada sobretudo na construção de projectos exuberantes, tornar-se-ia, em grande medida, a razão do seu sucesso.

¹⁰ Christopher M. Davidson. *Dubai: The Vulnerability of success*. London: HURST Publishers Ltd, 2008; pág. 121



1.5 Dubai 1990 (Sheik Zayed Road)



1.6 Dubai 2012 (Sheik Zayed Road)

Dubai: uma cidade com história

Ainda que grande parte das transformações responsáveis pela actual morfologia do Dubai tenham ocorrido essencialmente a partir do início da extracção de petróleo, em meados da década de 1960, depois de analisada a evolução histórica do Emirado, torna-se evidente que estas não deram origem à criação de uma nova cidade mas ,pelo contrário, limitaram-se a tornar possível o desenvolvimento de um território já consolidado.

Como tal, e contrariamente à ideia geralmente mistificada, o Dubai não se trata de uma cidade que surge espontaneamente do deserto numa questão de décadas. Trata-se de uma cidade com história. Uma cidade de origens humildes que, apesar de dominada durante grande parte da sua existência por uma condição de precariedade resultante de diversas restrições económicas, problemas políticos e tratados limitadores, sempre lutou por marcar a sua posição como um dos principais pontos comerciais do Baixo Golfo. Uma cidade que, independentemente das suas limitações, conseguiu mediante os lucros provenientes do petróleo, crescer, desenvolver-se, mas sobretudo consolidar uma economia forte e estável.

Em conclusão, trata-se portanto de uma história de “sucesso”. A história de uma cidade que, através da realização de incentivos ao investimento internacional e da diversificação das suas indústrias e actividades, conseguiu não só ultrapassar as suas limitações, como também consolidar-se como um dos principais destinos turísticos e económicos de todo o mundo, convertendo-se numa das cidades contemporâneas mais mediáticas da actualidade.



An aerial photograph of Dubai, United Arab Emirates, showing a dense urban landscape with numerous skyscrapers and a large body of water in the background. The image is used as a background for a presentation slide.

2

análise da cidade

2

análise da cidade

Depois de analisado o contexto histórico e, consequentemente, todos os processos e factores económicos, sociais e políticos que se encontram na origem da cidade do Dubai, é agora possível realizar uma análise consciente da forma como a cidade se estrutura actualmente.

Ao invés de uma descrição, procura-se-á neste capítulo, não só realizar uma análise crítica da forma como se organiza actualmente a cidade e a vida no Dubai, como também investigar as razões que se encontram na origem deste modelo urbano.

Trata-se portanto de tentar perceber não só como se constrói e organiza a cidade, formal e espacialmente, quais as relações que se estabelecem entre os edifícios, e o modo como se constrói e organiza o espaço público, mas também tentar compreender, a forma como as medidas de desenvolvimento tomadas após o início da extracção de petróleo contribuíram para a consolidação da actual morfologia urbana do Dubai.

Para isso, neste capítulo começar-se-á por realizar uma breve análise dos vários planos urbanos pelos quais a cidade se estruturou para, em seguida, reflectir acerca da forma como tanto os edifícios como a própria cidade se organizam e relacionam entre si.

planos urbanos

“ Frequently observers have characterized Dubai’s growth as being without a plan and this feeds in to a larger narrative where Gulf cities are more or less shaped by the whims of there rulers, and are an artificial creation depending on oil money” ¹

Tal como menciona Yasser Elsheshtawy (2010), o Dubai é geralmente descrito como uma cidade ausente de qualquer tipo de plano urbano que organize a sua forma ou crescimento. Tal tipo de afirmações são no entanto, como se analisará em seguida completamente incorrectas.

De facto, para além de presentes ao longo do desenvolvimento do Emirado os planos urbanos foram sem dúvida determinantes para a definição da actual morfologia da cidade.

Analisando o desenvolvimento do Emirado, mesmo antes da consolidação dos primeiros planos urbanos, é possível observar que já desde o início do século XIX se procuravam formas para controlar o desenvolvimento e organização da cidade. Apesar destes esforços, foi apenas em 1960 que se formalizou o seu primeiro plano urbano.

Desenhado por John Harris, arquitecto modernista britânico, o primeiro plano procurava não só resolver alguns dos problemas básicos da cidade, tais como a inexistência de um sistema de distribuição de água e de uma rede de vias pavimentadas, mas também definir e organizar o seu crescimento.

Pela primeira vez, a partir de 1960, o Dubai possuía então uma estrutura organizada que permitia o seu desenvolvimento controlado. A cidade dispunha de um plano que definia a localização dos espaços comerciais, da indústria, habitação e edifícios públicos; um plano que organizava toda uma rede de vias até então inexistentes e definia o parcelamento do Emirado.

Em resultado da sua aplicação, a cidade viria assim a crescer de uma forma controlada até ao final da década de 60 do século XX, altura em que, derivado ao aumento dos

¹ Yasser Elsheshtawy. *Dubai: Behind an Urban Spectacle*. New York: Routledge, 2010; pág. 105

lucros provenientes da extracção de petróleo e à adopção das novas estratégias de desenvolvimento territorial, a situação no Dubai viria a alterar-se.

Por oposição ao crescimento lento e controlado que se tinha verificado até então, a partir da década de 70 do século XX, vivia-se no Dubai um intenso e rápido desenvolvimento. Subitamente, num curto espaço de tempo começaram a emergir uma grande diversidade de novos espaços e projectos que, de uma forma dispersa, estenderam a cidade, originalmente restrita às margens do Dubai Creek, ao longo de toda a costa marítima.

Esta rápida e dispersa expansão resultou então na fragmentação da cidade que, dada a forma desconexa como estes novos projectos emergiam, ao invés de um *todo* contínuo se transformou num aglomerado de espaços isolados sem qualquer relação entre si.

Face à clara inadaptabilidade do plano de John Harris relativamente ao rápido crescimento da cidade, foi então desenvolvido em 1995 pela municipalidade do Dubai, um novo plano urbano designado de “Structural Plan”.

Conceptualmente, este novo plano consistia num conjunto de directrizes de crescimento que procuravam acima de tudo adaptar-se à expansão da cidade. Ao invés de uma estrutura rígida, o plano limitava-se a definir todo um conjunto de novos espaços e as suas respectivas funções, que poderiam posteriormente ser desenvolvidos de acordo com os objectivos dos investidores.

Ausente de qualquer tipo de estudo de massas, perspectivas, ou outro tipo de elemento que determinassem a forma que a cidade deveria tomar, o “Structural Plan”, procurava assim criar um modelo flexível de cidade. Um modelo onde, apesar de existir uma estruturação dos espaços residenciais, administrativos e comerciais, a cidade deveria poder ser livremente apropriada de acordo com os objectivos dos investidores. Em síntese, um modelo que, enquadrado na definição de Neo-urbanismo de François Ascher, privilegia “a solução *ad hoc* em relação à norma.”² e “encoraja os actores públicos e privados a encontrarem as modalidades mais eficientes para a realização dos seus objectivos”³.

² François Ascher. *Les nouveaux principes de l'urbanisme. La fin des villes n'est pas à l'ordre du jour* [*Novos princípios do urbanismo*. Lisboa: Livros horizonte, LDA, 2010]; pág. 89

³ *Idem*: pág. 81

fragmentação

Independentemente dos esforços do “Structural Plan” em tentar adaptar-se ao rápido crescimento da cidade, o que se verificou no entanto foi o acentuar do carácter fragmentado que a cidade já possuía.

De facto, resultado do rápido crescimento, da sectorização territorial resultante da implementação das medidas de incentivo ao investimento internacional, nomeadamente as “free-zones”, mas sobretudo da ineficácia do “Structural Plan” em consolidar a cidade enquanto um *todo*, o Dubai tornou-se uma cidade espacialmente fragmentada.

Consequentemente, ao invés de um *todo* contínuo, o Emirado encontra-se actualmente estruturado em distintos fragmentos urbanos, espacialmente delimitados, que se organizam funcional e morfologicamente de forma autónoma.

Organização Funcional

Relativamente à sua organização funcional e contrariamente ao modelo urbano moderno onde a cidade se estrutura a partir de um zoneamento monofuncional⁴, isto é, um modelo onde cada parte da cidade desempenha uma função específica determinante para o seu funcionamento como um *todo*, no Dubai, o que se pode constatar é que cada fragmento funciona de uma forma completamente independente. Consequentemente, na cidade, não existe uma sectorização em função de uma determinada actividade, ou seja, não existe nenhum espaço que se assuma como o centro administrativo, habitacional ou comercial. Entre torres de escritórios, edifícios

⁴ “ [O modelo urbano moderno é] Expressão de uma racionalidade simplificadora com o seu planeamento urbano, os zoneamentos monofuncionais, as estruturas urbanas hierárquicas, adaptado à produção e consumo de massas, com os seus centros comerciais, as zonas industriais e as circulações rápidas e, também, de uma concretização do Estado-providência com os seus equipamentos colectivos, os serviços públicos e a habitação social”

Idem: pág 89

de habitação, centros comerciais, complexos de hotéis, etc, a definição de cada um dos fragmentos, dada a ausência de uma função específica que os caracterize, resulta portanto essencialmente da forma como as várias actividades neles desenvolvidas se relacionam entre si.

Atente-se por exemplo no Downtown Dubai, um dos fragmentos urbanos localizado junto da Sheik Zayed Road ^{imagem 2.1}. Entre o Dubai Mall (1), centro comercial de grandes dimensões, o complexo de habitações e hotéis Old Town (2) e as múltiplas torres de escritórios (3), torna-se evidente a grande diversidade de actividades presentes. Este é simultaneamente um espaço comercial, habitacional, administrativo e recreativo; é um espaço multi-funcional autónomo cuja morfologia resulta essencialmente da forma como se articulam as suas actividades.



2.1 Downtown Dubai

Organização Morfológica

Além da autonomia funcional, a independência dos fragmentos torna-se ainda evidente nas distintas morfologias ou cenários urbanos que apresentam. Por cenários urbanos definem-se os espaços resultantes da forma como se desenham e articulam os seus edifícios e espaços públicos, ou seja, os espaços que resultam da articulação de todo um conjunto de elementos decorativos e estruturais, tipologias e formas, e da relação entre construído e não-construído.

O Dubai, torna-se assim uma espécie de somatório não só de aglomerados urbanos, como também de cenários que variam de fragmento para fragmento e que por isso acentuam a divisão espacial do território. De forma exemplificativa, destacam-se por exemplo, a zona junto ao Dubai Creek ^{imagem 2.2}, a Sheik Zayed Zoad ^{imagem 2.3}, ou a Madinat Jumeirah ^{imagem 2.4}, espaços que, como se verá em seguida, constituem indubitavelmente experiências de cidade bastante distintas.

Entre os espaços que se desenvolvem em torno das margens do Dubai Creek, onde as construções de baixa escala e a presença das torres de vento parecem conferir uma amostra significativa do passado do Dubai, a Sheik Zayed Road, definida pelas suas múltiplas torres envidraçadas, ou a Madinat Jumeirah, onde os canais de água artificiais e as tipologias dos seus edifícios resultam numa espécie de idealização contemporânea de um passado inexistente, os cenários urbanos são indubitavelmente distintos de fragmento para fragmento, tornando por isso impossível a identificação de uma qualquer lógica de organização, construção ou tipologia, transversal a toda a cidade.

Cidades dentro da cidade

Em conclusão, com a diversificação das actividades a tornarem aparentemente desnecessária, a relação entre as várias partes da cidade, cada fragmento urbano no Dubai, com as suas zonas de habitação, comerciais, administrativas e cenários urbanos próprios, assume-se assim como uma espécie de pequena cidade dentro da própria

cidade .

Consequentemente, a lógica de cidade enquanto um *todo*, em que cada uma das partes desempenha uma função fundamental na sua estruturação, dissolve-se e substitui-se por um modelo urbano que resulta exclusivamente do somatório das suas diversas partes independentes. Um modelo onde não existe uma arquitectura ou lógica de organização urbana transversal , mas sim, uma diversidade de espaços autónomos com funções, cenários e “estilos” muito próprios e distintos.



2.2 Deira



2.3 Sheik Zayed Road



2.4 Madinat Jumeirah

transportes

Para além de espacialmente fragmentada, a cidade do Dubai encontra-se ainda indubitavelmente dependente dos meios de transporte motorizados, não só para o seu desenvolvimento como também para a circulação dos seus residentes.

De facto, dadas as extensas distâncias que se estabelecem entre as várias partes da cidade, a circulação no seu interior só é possível, regra geral, recorrendo a um dos múltiplos meios de transporte que, desde o autocarro, o taxi ou o metro, entre outros, se encontram à disposição dos seus habitantes.

Como resultado desta dependência nos meios de transporte mecânicos, a cidade do Dubai encontra-se actualmente dominada por uma série de infra-estruturas viárias que, desde as auto-estradas às vias-rápidas, adquirem um papel determinante na forma como a cidade se estrutura. Definidas pelas suas numerosas vias de circulação destinadas ao trânsito rápido, acessos condicionados e limitações que impõe ao atravessamento pedonal, estas infra-estruturas constituem limites físicos definidos na malha urbana que condicionam não só organização da cidade mas também a circulação dos indivíduos.

Para compreender o modo como o Dubai se organiza, torna-se assim essencial, antes de mais, não só evidenciar as consequências morfológicas e espaciais resultantes da sua implementação como também, perceber a forma como estas contribuem para a fragmentação e individualização dos aglomerados urbanos.

Espaços residuais

Em primeiro lugar, o que se torna imediatamente evidente ao percorrer a cidade do Dubai é que as suas infra-estruturas viárias são responsáveis pela criação de uma série de espaços residuais presentes ao longo de toda a cidade. Tratam-se de espaços completamente descaracterizados que, pela inexistência de um qualquer tipo de espaço público qualificado, edifícios ou actividades, se destinam única e exclusivamente à circulação de veículos. Segundo a definição de Marc Augé, as infra-estruturas, encontram-se portanto na origem de “Não Lugares”, espaços de passagem incapazes de dar forma a qualquer tipo de identidade singular, onde o contacto e relação social entre os indivíduos é desincentivado⁵.

De forma exemplificativa destacam-se os espaços que se criam na intercepção das várias vias rápidas da cidade, os que se organizam debaixo das suas auto-estradas ^{imagem 2.5}, ou todos aqueles que, por regra geral, se encontram entre os distintos fragmentos urbanos ^{imagem 2.6}. Espaços que, destinados exclusivamente à circulação de veículos, não só impossibilitam a realização de qualquer tipo de actividade social, como também originam um modelo de cidade onde a circulação é praticamente impossível sem recorrer a um qualquer meio de transporte mecânico.



2.5 Sheik Zayed Road ao nível do peão



2.6 Espaço entre a Sheik Zayed Road e Bur Dubai

⁵ Marc Augé. *Non-Lieux* [*Não-Lugares*. Lisboa: Graus, 2005]

Definição dos limites dos fragmentos

Para além da criação de espaços residuais, as vias rodoviárias de circulação rápida são ainda responsáveis pela definição dos limites geográficos dos vários aglomerados urbanos.

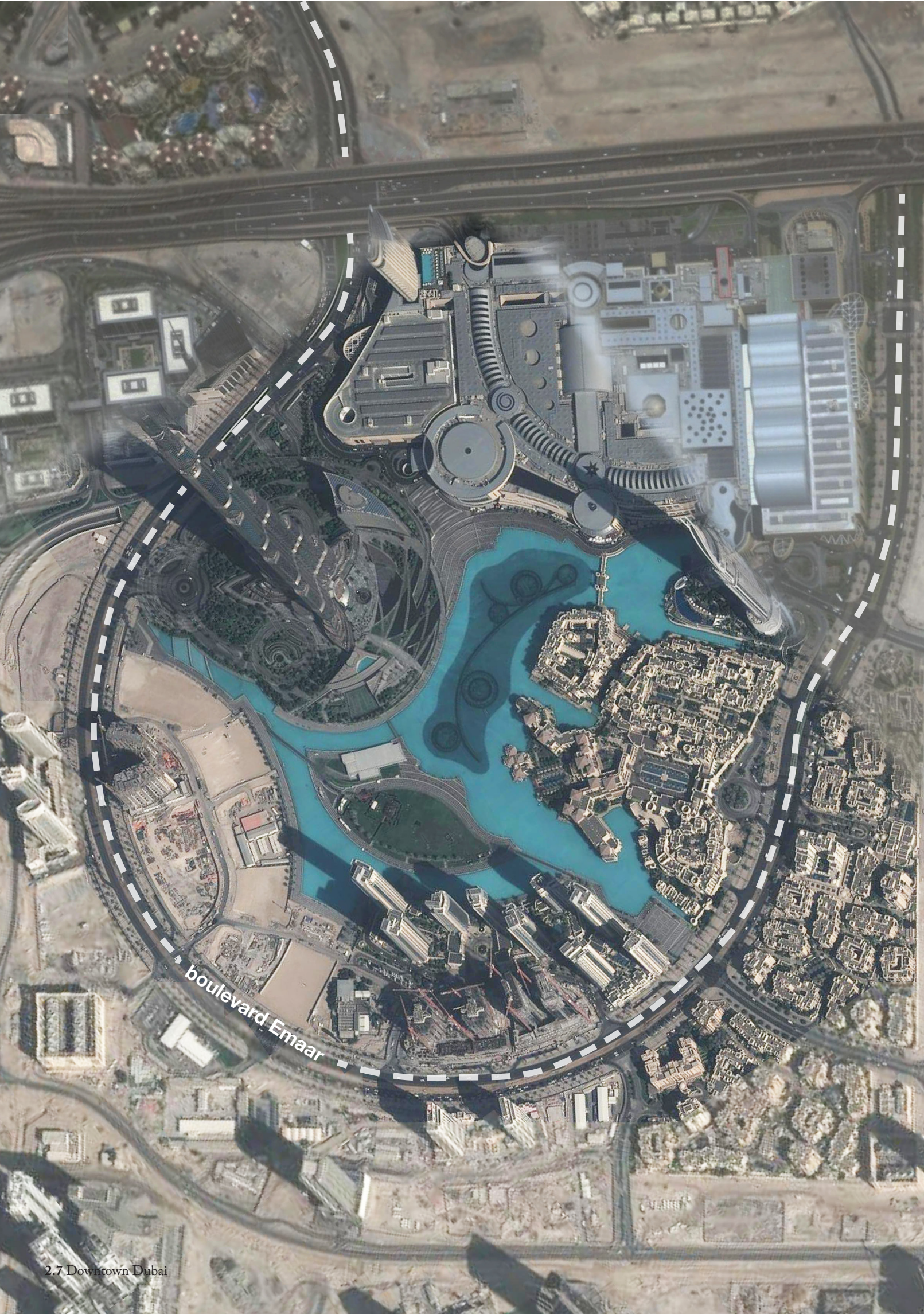
Atente-se no exemplo do Downtown Dubai ^{imagem 2.7}. Neste caso torna-se evidente a forma como a Boulevard Emaar, devido às suas grandes dimensões e às dificuldades que impõe ao atravessamento pedonal, acaba por constituir o limite físico que separa este fragmento dos restantes. Um limite que estabelece uma clara distinção entre os espaços e edifícios consolidados que se organizam em torno do grande lago artificial do Downtown Dubai, e os restantes fragmentos que, exteriores ao seu limite, se caracterizam por uma clara indefinição espacial.

O que é também curioso observar neste exemplo é que a palavra *boulevard*, originalmente (século XVII) utilizada para designar um tipo de fortificação (*bolwerk*) ⁶e mais tarde, a partir do século XVIII para definir uma qualquer “rua larga arborizada que atravessasse a cidade”⁷, parece agora generalizar-se a uma qualquer avenida de dimensões consideráveis. A ideia de uma *boulevard* enquanto uma via arborizada possível de ser percorrida a pé, parece então dissolver-se e substituir-se, no Dubai, por uma mera via de circulação destinada única e exclusivamente aos veículos motorizados.

Independentemente desta análise se ter focado no Downtown Dubai, este não se trata no entanto de um caso específico. Ao longo de toda a cidade, o papel segregador dos limites impostos pelas vias rápidas torna-se evidente na multiplicidade de lógicas de organização e morfologia distintas que se desenvolvem nos vários fragmentos por elas criados. Como tal, mais do que simples limites físicos, as via-rápidas potenciam em grande parte o modelo de cidade fragmentado do Dubai. Um modelo onde os limites impostos pelas vias de circulação, não só definem geograficamente os fragmentos urbanos como também promovem indubitavelmente a sua individualização.

⁶ Michaël Darin. “Boulevard” in TOPALOV, Christian et al. (Dirs.). *L'aventure des mots de la ville*. Paris: Robert Laffont, 2010

⁷ *Idem*: pág. 160



Dissolução do espaço público

Por último, mas não menos importante, os limites impostos pelas vias de circulação condicionam ainda a construção de espaço público. Devido às limitações que impõem à circulação pedonal, as vias de circulação destinadas a veículos motorizados impedem, de facto, em grande medida, a consolidação de espaços públicos amplos, contínuos, e consequentemente qualificados, bem como inviabilizam a realização de qualquer actividade no exterior, seja ela comercial ou recreativa.

Como tal, circular a pé no Dubai revela-se uma experiência frustrante pelas dificuldades que a cidade impõe à circulação, mas sobretudo solitária pela ausência de qualquer tipo de comércio, actividades ou pessoas na rua. Sem vida, as ruas e avenidas, animadas única e exclusivamente pelo intenso e constante tráfego automóvel, transformam-se em meras vias de circulação, onde o papel do peão é indubitavelmente secundarizado quando comparado com o dos veículos motorizados e o espaço público, enquanto espaço exterior de livre acesso, onde se promovem por excelência os contactos sociais e actividades comerciais, parece dissolver-se e reduzir-se a um espaço sobranter e desqualificado. Praticamente inexistente, o espaço público no Dubai parece encontrar-se então limitado aos passeios, pequenas praças de importância histórica como a “praça Nasser”, ou pontos da cidade muito específicos como a zona de Deira, que por se tratar de uma das suas partes mais antigas, privilegia ainda a circulação pedonal.

Note-se que quando falo de espaço público, refiro-me exclusivamente a todo o tipo de espaços geridos por uma entidade pública que se caracterizam pelo seu livre acesso e uso comum, ou seja, os espaços onde regra geral se promove a interacção social e onde se desenvolvem as mais diversas actividades comerciais e recreativas.

Actualmente no Dubai, dada a falta de qualidade dos espaços públicos, os verdadeiros locais onde se promove a interacção social e onde se consolidam as actividades comerciais, desenvolvem-se num outro tipo de espaços; os semi-públicos.



2.8 Intercepção das várias auto-estradas na Sheik Zayed Road



2.9 Dubai Mall



2.10 Madinat Jumeirah

espaços semi-públicos

Nas palavras de Yasser Elsheshtawy (2010)⁸, por semi-públicos entendem-se todo o tipo de espaços que, ao contrário dos públicos, pertencem a uma entidade privada. São locais tais como os teatros, museus, parques de diversões, *shoppings*, *etc*, onde o acesso e comportamento é definido e condicionado por uma outra entidade que não o estado.

São nestes espaços semi-públicos onde no Dubai se encontram todo o tipo de actividades por norma presentes nos espaços públicos tais como restaurantes, cafés ou estabelecimentos comerciais. Consequentemente, pela inexistência de espaços públicos qualificados, marca-se assim actualmente no Dubai uma transladação da vida social da esfera pública para a semi-pública, ou seja, uma substituição e secundarização dos espaços verdadeiramente públicos, por um outro tipo de espaços que, encerrados em si mesmo e controlados por seguranças e mecanismos de vigilância privados, limitam os comportamentos e actividades neles desenvolvidos.

Antes de mais torna-se ainda importante distinguir os dois tipos de espaços semi-públicos existentes: os interiores que, tal como o nome indica, dizem respeito àqueles presentes no interior de edifícios privados de acesso livre tais como os centros comerciais ^{imagem 2.9}, e os exteriores que, apesar de construídos ao ar-livre, e à semelhança por exemplo do complexo da Madinat Jumeirah, pertencem a uma entidade privada ^{imagem 2.10}.

Esta distinção torna-se particularmente significativa pela importância que, como se verá em seguida, tanto uns como os outros adquirem actualmente na vida social e no desenho da cidade do Dubai.

⁸ Yasser Elsheshtawy. *Dubai: Behind an Urban Spectacle*. New York: Routledge, 2010

Exteriores

De forma a analisar o papel dos espaços semi-públicos exteriores no Dubai, atente-se no exemplo da Madinat Jumeirah, um dos muitos mega-complexos comerciais presentes por toda a cidade. Constituída por uma sucessão de múltiplos espaços comerciais, restaurantes, vários hotéis de luxo e extensos espaços exteriores desenhados à imagem de uma antiga cidadela Árabe, a Madinat Jumeirah é indubitavelmente um dos destinos mais mediáticos do Dubai ^{imagem 2.11}.

Entre praças de grandes dimensões, ruas comerciais cuja escala se aproxima à da zona histórica de Deira e múltiplos canais de água artificiais organizados de forma labiríntica, aqui é possível observar que, ao contrário do que acontece nos espaços públicos da cidade, existe uma tentativa de construir espaços realmente “qualificados” que promovam a vida social. Note-se que a designação “espaços de qualidade” é empregue única e exclusivamente de forma a estabelecer uma comparação entre os espaços semi-públicos e os restantes, na sua maioria desqualificados. Como tal, a definição não tem qualquer relação com a qualidade espacial resultante das opções tipológicas e formais adoptadas, mas serve apenas como uma forma de comparação.

Para além da importância colocada na organização dos espaços exteriores o que se torna ainda evidente na Madinat Jumeirah é que, ao contrário do que acontece na restante cidade, aqui o ênfase é colocado no peão. As vias rápidas e estradas são substituídas pelas praças, ruas e pontes pedonais, e os restaurantes e lojas que variam entre as grandes superfícies e pequenos cafés, ao contrário do que acontece no domínio público da cidade, existem aqui em grande número e geram um intenso fluxo de pessoas.

Simultaneamente, os espaços exteriores parecem então adquirir um outro papel que não meras vias de circulação destinadas aos veículos. Nestes vêem-se pessoas a conviver nas múltiplas esplanadas exteriores de apoio aos cafés e restaurantes, vêem-se famílias a passear e crianças a brincar nas vielas labirínticas do complexo. Essencialmente vê-se um tipo de “vida” que parece não existir na restante cidade.

Independentemente do seu aparente sucesso, torna-se no entanto fundamental compreender que estes espaços semi-públicos construídos na Madinat Jumeirah, são indubitavelmente bastante distintos dos espaços-públicos.

Em primeiro lugar, o que se torna imediatamente evidente é que nos espaços

organizados na Madinat Jumeirah não há lugar para a espontaneidade. Os seus edifícios e espaços exteriores aparecem cristalizados, ou seja, sem qualquer tipo de sinal que expresse individualidade. Consequentemente, tanto o interior como o exterior das lojas, cafés, restaurantes ou hotéis, parecem condicionar-se de forma a providenciar uma imagem de conjunto específica. Uma imagem que depende da limitação das formas de organização e apresentação dos espaços, impedindo qualquer tipo de expressão individual.

Desta forma, e ao contrário do domínio público da cidade, aqui não existem cartazes colados nas paredes, *graffitis* nem pessoas a pedir. Os espaços apresentam-se “imaculados”, sem qualquer sinal de desgaste ou apropriação como se acabados de construir e os comportamentos dos indivíduos parecem limitar-se pela sensação de vigilância constante imposta pelos múltiplos seguranças fardados e mecanismos de vigia.

O espaço público converte-se portanto numa realidade orquestrada que subjuga e limita qualquer sinal de apropriação ou individualidade a uma lógica de conjunto definida, eliminando não só qualquer tipo de espontaneidade, como também a possibilidade de experimentar um espaço genuíno, livre e democrático. Consequentemente, todo o conjunto de comportamentos, actividades e apropriações que tornam a vida pública tão interessante, desaparecem por completo e substituem-se aqui por uma realidade idealizada onde a espontaneidade é negada e a liberdade condicionada.



2.11 Madinat Jumeirah

Interiores : Shoppings

Analisados os espaços semi-públicos exteriores, torna-se também fundamental compreender o outro tipo de espaços: os semi-públicos interiores; espaços que no Dubai, adquirem especial relevância sobretudo nos centros comerciais.

Difundidos por toda a cidade, os *shoppings* no Dubai constituem, de facto, um elemento fundamental não só na organização da cidade como também da própria vida pública.

Constituídos não só por lojas destinadas à venda de produtos como também por múltiplos restaurantes, cafés com esplanadas, galerias de arte, entre outros tipos de espaços e actividades inexistentes em qualquer outra parte da cidade, os *shoppings* correspondem actualmente aos verdadeiros locais de encontro e reunião no Dubai.

É no seu interior que se encontram todo o tipo de actividades que seriam esperadas de um espaço público. Aqui existem amplas praças repletas de cafés e restaurantes, onde, tal como na Fashion Avenue, no Dubai Mall ^{imagem 2.12}, as pessoas se deslocam para relaxar, socializar, ou simplesmente, assistir a uma das múltiplas actividades que, desde concertos a exposições, aí acontecem regularmente; existem galerias comerciais, por onde as pessoas deambulam, como se tratasse de uma qualquer rua da cidade e existem actividades que, desde os aquários do Dubai Mall ^{imagem 2.13} até à pista de *ski* do Emirates Mall ^{imagem 2.14}, dinamizam e animam os espaços criados no seu interior.

Mais do que meros equipamentos comerciais, os *shoppings* convertem-se assim no Dubai, nos espaços públicos por excelência, ou seja, nos locais para onde as pessoas se deslocam para passear, passar os tempos livres, relaxar ou simplesmente socializar:

“ Nessas galerias comerciais [*shoppings*] encontram-se a maioria das actividades que os cidadãos levam a cabo fora das suas casas... No seu interior não há só lojas como também grandes espaços abertos à disposição pública. Há espaços para passear, sentar e conversar ”⁹

Dada a ausência de espaços públicos qualificados no Dubai é portanto nos *shopping* onde as praças e parques públicos, “tradicionalmente os locais da liberdade de

⁹ Rem Koolhaas. *Mutations*. Barcelona : ACTAR, 2000; pág. 154

expressão”¹⁰, tomam forma nos amplos espaços artificiais construídos no seu interior, onde as ruas se substituem pelas galerias comerciais fechadas e a própria luz do sol se substitui pela dos holofotes.

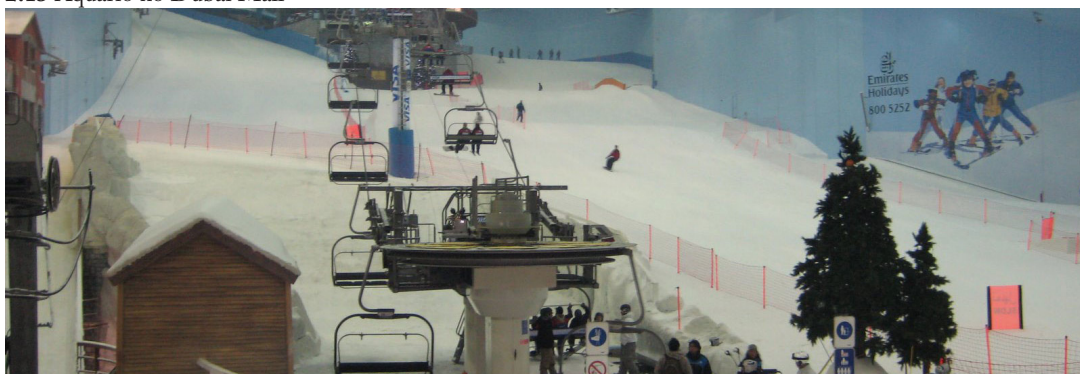
Como tal, é também nos *shoppings* onde a autenticidade e espontaneidade dos espaços verdadeiramente públicos se dissolve e substitui por uma simulação artificial da cidade. Uma simulação que, “à falta de melhor”, tal como refere Rem Koolhaas, representa “tudo o que resta da vida pública.”¹¹ do Dubai



2.12 Fashion Avenue no Dubai Mall



2.13 Aquário no Dubai Mall



2.14 Pista de *ski* no Emirates Mall

¹⁰ *Idem*: pág. 154

¹¹ *Idem*: pág. 154

Privilégio dos espaços semi-públicos

Depois de estudados os espaços semi-públicos interiores e exteriores no Dubai, torna-se pertinente colocar a questão: que factores conduziram à substituição da liberdade do domínio público pelas limitações dos espaços semi-públicos?

Em primeiro lugar, e como foi já referido anteriormente, a preferência pelos espaços de carácter semi-público relaciona-se, em grande medida, com a falta de qualidade espacial que a maioria dos restantes espaços apresentam. Os limites impostos pelas vias rápidas, a inexistência de qualquer tipo actividade comercial e,consequentemente, a ausência de espaços de estar qualificados verdadeiramente públicos, tornam de facto os espaços semi-públicos bastante mais atractivos.

Por outro lado, outra das razões para a preferência por este tipo de espaços, parece prender-se com o progressivo aumento da paranóia generalizada relativamente à segurança pessoal que se verifica actualmente. Uma tendência onde o “medo relativamente ao desconhecido e a incerteza relativamente aos comportamentos das outras pessoas”¹² conduzem, não só no Dubai, mas um pouco por todo o mundo, à substituição dos espaços públicos, considerados inseguros, pelos privados ou semi-públicos onde os múltiplos sistemas de vigilância garantem supostamente a segurança dos seus utilizadores. Nas palavras de Zygmunt Bauman, “de lugar relativamente seguro, a cidade passou gradualmente a ser associada, sobretudo ao longo dos últimos cem anos, ‘mais ao perigo do que à segurança’”¹³, situação que, segundo o autor, conduziu à adopção de medidas cada vez mais defensivas, como por exemplo a construção de condomínios fechados e a preferência por espaços vigiados.

Além da paranóia relativamente à insegurança na cidade, destaca-se ainda o papel do próprio plano de desenvolvimento urbano do Dubai. Um plano que, ao apoiar-se sobretudo nas entidades privadas para a construção da cidade, secundariza o papel de qualquer intervenção pública. Neste contexto, a introdução das “free-zones” e consequente privatização do território tiveram um papel determinante para dissolução do espaço público.

Por último, dentro dos espaços semi-públicos torna-se ainda crucial realçar a

¹² Zygmunt Bauman. *Trust and fear in the Cities* [*Confiança e Medo na Cidade*. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2006]

¹³ *Idem*. pág. 59

importância dos *shoppings* relativamente aos espaços exteriores.

Devido às altas temperaturas presentes na cidade do Dubai ao longo de todo o ano ^{imagem 2.15}, resultantes da sua localização no Golfo Pérsico, os espaços interiores dos centros comerciais, controlados climatéricamente por ar-condicionado, privilegiam-se relativamente aos exteriores onde as temperaturas abrasivas dificultam a realização de qualquer tipo de actividade pública.

“ By making interior spaces more large and comfortable, it has become increasingly difficult to escape them. By combining activities that used to be dispersed in a single space, air conitioning radically altered the way that time is spent in public.”¹⁴

Comparativamente com os espaços semi-públicos exteriores, os *shoppings* convertem-se assim actualmente e sem qualquer tipo de dúvida, nos locais de eleição para o desenvolvimento da vida social no Dubai.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
temperatura mais alta registada	31 cº	31 cº	41 cº	41 cº	45 cº	45 cº	47 cº	48 cº	43 cº	40 cº	41 cº	31 cº
temperatura alta media	24 cº	25 cº	28 cº	33 cº	38 cº	40 cº	41 cº	41 cº	39 cº	35 cº	31 cº	26 cº
temperatura baixa media	14 cº	15 cº	18 cº	21 cº	25 cº	27 cº	30 cº	30 cº	28 cº	24 cº	20 cº	26 cº
temperatura mais baixa registada	8 cº	7 cº	11 cº	8 cº	17 cº	22 cº	25 cº	25 cº	22 cº	16 cº	13 cº	19 cº
temperatura media anual	28											

2.15 Tabela de temperaturas do Dubai

¹⁴ Rem Koolhaas. *Mutations*. Barcelona : ACTAR, 2000; pág. 128



organização morfológica

Por último, e para terminar a análise do modo como o Emirado se estrutura, torna-se ainda fundamental compreender a forma como a cidade se organiza morfológicamente, ou seja, entender o tipo de relações que os edifícios no Dubai estabelecem não só entre si como também com a própria cidade.

Resultado de um plano urbano flexível, sem qualquer tipo de limitações relativamente à altura e forma dos edifícios, associado à fragmentação e privatização do território resultante da implementação das “free zones”, o que se torna imediatamente evidente ao analisar o *skyline* do Dubai é que a cidade se encontra, sem dúvida, morfológicamente fragmentada imagem 2.16.

No Dubai, a ideia de cidade enquanto um *todo* coeso que resulta da coordenação, organização e integração dos vários edifícios num conjunto unitário é portanto indubitavelmente inexistente. Os edifícios, seja pela peculiaridade da sua forma, fachada, altura ou material, parecem procurar a todo o custo evidenciar a sua individualidade e marcar presença na imagem da cidade acabando por gerar um modelo desconexo e incoerente, ou seja, um modelo, onde as relações entre o edificado se dissolvem e onde se privilegia o papel individual dos múltiplos edifícios a uma qualquer lógica de organização comum. Neste contexto, os edifícios no Dubai parecem portanto adoptar a condição que o arquitecto Rem Koolhaas designa de “Bigness”, isto é, uma posição de individualização relativamente ao contexto onde a relação com os restantes edifícios e com a própria cidade se torna irrelevante. Nas palavras do arquitecto, trata-se de uma posição onde o “subtexto é que se lixe o contexto”¹⁵, uma posição onde o ênfase se coloca exclusivamente no papel individual de cada um dos edifícios e a cidade se reduz a um mero suporte que permite a sua articulação:

“ O exterior da cidade já não é um teatro colectivo onde ‘isso’ acontece; não sobra nenhum “isso” colectivo”¹⁶

¹⁵ Rem Koolhaas. *Três textos sobre a cidade*. Barcelona: Gustavo Gili, 2010; pág. 18

¹⁶ *Idem*. págs. 25-26

Independentemente desta tentativa de afirmação individual dos edifícios, o que se torna também evidente é que, no conjunto, a forma como estes se relacionam entre si parece originar uma paisagem urbana relativamente homogénea. Novamente nas palavras do arquitecto Rem Koolhaas, independentemente do esforço que, no século XXI se tem vindo a realizar no sentido de construir formas extravagantes que se destaquem das demais, o resultado é, paradoxalmente, “ uma substância urbana monótona, onde qualquer tentativa de diferenciação é instantaneamente neutralizada pela multiplicidade de gestos arquitectónicos insignificantes”¹⁷

De forma a compreender aquilo que se acabou de analisar, atente-se por exemplo, num dos espaços organizados em torno da Sheik Zayed Road, uma das principais artérias do Dubai. Aqui, entre a grande variedade de edifícios com escalas, formas e dimensões bastantes distintas, a ausência de unidade é evidente. Desde a profusa ornamentação dos edifícios de habitações que se encontram em primeiro plano imagem 2.17, até às torres que ao fundo, competem através da altura por protagonismo, a paisagem urbana parece converter-se num somatório desconexo e incoerente de edifícios que, no entanto, no seu conjunto acabam por gerar um todo homogéneo.

Simultaneamente, o que se pode ainda constatar na análise da Sheik Zayed Road é que, independentemente da inexistência de qualquer tipo de coerência formal entre os edifícios, a forma como estes se relacionam com a cidade parece ser irrelevante. De facto, com o ênfase colocado nos edifícios, o que se pode observar é que o espaço público se encontra reduzido a um mero local residual e desqualificado que serve apenas para fazer a relação entre o construído e a malha urbana. Esta secundarização encontra-se por exemplo evidente nos espaços exteriores que se organizam em torno das múltiplas torres da Sheik Zayed Road imagem 2.18. Espaços que, reduzidos na sua maioria a parques de estacionamento, ou espaços de circulação destinados aos veículos motorizados, tornam evidente a discrepância entre o cuidado concedido aos edifícios e a forma negligente como estes são organizados na relação com a cidade.

¹⁷ OMA. “*Gulf Skyline*” in Ole Bouman, Mitra Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pág. 222



2.17 Perspectiva da Sheik Zayed Road a partir do Dubai Mall



2.18 Sheikh Zayed Road





3

cidade do
espectáculo



THE CENTRE OF NOW

DOWNTOWN DUBAI

EMAAR

THE CENTRE OF NOW

DOWNTOWN DUBAI

EMAAR

Have you felt the winds of change? Have you felt the world shift? If not, you have yet to visit Downtown Dubai. People and cultures are gathering at the world's new centre to create a place of unmatched architecture, entertainment and cuisine. There is no place else like it. Experience Downtown Dubai. Experience the Centre of Now.

MyDowntownDubai.com

3.1 Campanha promocional da cidade do Dubai

3

cidade do espectáculo

Independentemente de já se ter referido que o desenvolvimento da cidade do Dubai foi organizado mediante uma série de planos urbanos e estratégias de desenvolvimento, realizadas com o objectivo de dinamizar sobretudo o seu potencial comercial, como se tornou evidente através da análise realizada previamente, o Emirado aparenta ter crescido de uma forma descontrolada e sem qualquer tipo de objectivo definido.

Como tal, torna-se pertinente colocar a questão: o que torna o Dubai uma cidade tão mediática e um destino turístico, financeiro e comercial tão atractivo?

Tal como se estudou, é certo que o seu sucesso não se prende com a forma fragmentada como a cidade se estrutura, com a “qualidade” espacial dos seus espaços públicos, nem tão pouco com o seu valor histórico ou cultural. Analisando no entanto algumas campanhas publicitárias onde se destaca a peculiaridade e exuberância de alguns dos seus edifícios ^{imagem 3.1}, ou mesmo a descrição que é realizada no *site* do Dubai, (onde o Emirado é descrito através de superlativos como “o primeiro, o mais alto, o mais caro e o mais exuberante”¹), a razão do seu sucesso parece tornar-se evidente: foi através da espectacularidade dos seus projectos e actividades que a cidade se tornou tão mediática.

Como tal, apesar da aparente inexistência de uma qualquer estratégia de desenvolvimento, esta esteve de facto sempre presente. Desde o início da exportação de petróleo que o Dubai, com o objectivo de se consolidar num dos principais destinos turísticos mundiais, recorreu à espectacularização não só da arquitectura como do desenho urbano de forma a promover o Emirado mundialmente.

Com este capítulo pretende-se portanto tentar compreender não só de que forma esta estratégia de aposta na espectacularização contribuiu para o sucesso do Emirado, como também quais as suas implicações para a arquitectura e organização da cidade.

Antes de se começar esta análise, torna-se no entanto fundamental compreender o que é a espectacularização enquanto produto de uma sociedade altamente obcecada pela imagem, uma “sociedade do espectáculo”².

¹ *Everything about Dubai is superlative* [http://www.emirates.com/english/destinations_offers/discoverdubai/aboutdubai/index.aspx . (consult. a 18/05/2012)]

² Guy Debord. *La société du spectacle* [*Society of the spectacle*. Detroit: Black & Red, 2010]

sociedade do espectáculo

Ainda que a construção de ícones e monumentos sempre tenha sido uma das características dominantes da civilização humana, foi só recentemente, com a proliferação dos *mass media*, que estes adquiriram a definição de “espectáculo”.

Tal como afirma Guy Debord, no seu livro “Sociedade do espectáculo”(1967), “Em sociedades onde as condições de produção modernas prevalecem, toda a vida se apresenta como uma imensa acumulação de espectáculos. Tudo o que era possível de ser vivido directamente transformou-se numa representação”³.

Para Debord, a sociedade onde dominam os modos de produção e consumo capitalistas, trata-se portanto de uma sociedade artificial onde tudo é convertido em produtos valorizados única e exclusivamente pela sua estética. Uma sociedade onde todas as relações são mediadas através de imagens e onde “o espectáculo, na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e a origem do actual modo de produção.”⁴

“ [relativamente ao espectáculo] Ele não é um suplemento ao mundo real, uma decoração adicional. Ele é a essência da sociedade. Em todas as suas formas específicas, como informação ou propaganda, como publicidade ou entretenimento, o espectáculo constitui o actual modelo de vida socialmente dominante.”⁵

Neste contexto, o autor responsabiliza a espectacularização por uma adulteração da percepção do real que, manipulada pelos *mass media*, é substituída por uma “nova versão” estetizada de si mesma. Desde as campanhas publicitárias onde o observador é convencido não só da utilidade, como também da necessidade dos produtos que tentam vender, às estrelas televisivas, versões estetizadas dos próprios pessoas modeladas pelos meios de comunicação, os indivíduos convertem-se assim em meros “consumidores de ilusões”; em meros espectadores seduzidos pelas representações *glamourosas* das

³ *Idem*

⁴ *Idem*: pág. 6

⁵ *Idem*: pág. 6

suas próprias vidas e subjugados a uma sociedade onde tudo se converte num produto capaz de ser publicitado e vendido.

Segundo Debord, esta espetacularização da sociedade e consequente desconexão entre a imagem e o real, resultam ainda numa atitude de aceitação passiva que reduz o indivíduo a um mero espectador e conduz à sua alienação:

“ A alienação do espectador em proveito do objecto contemplado (que é o resultado da sua própria actividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais ele aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seus próprios desejos. A exterioridade do espectáculo na relação com o homem aparece no facto de que os seus próprios gestos já não são mais dele, mas de um outro que lhes apresenta. É por isto que o espectador não se sente mais em casa em parte alguma, porque o espectáculo está em todo o lado”⁶

Em síntese, a “sociedade do espectáculo” trata-se portanto de uma sociedade que se caracteriza pela sua obsessão com a imagem. É uma sociedade onde tudo se estetiza e se distingue pela capacidade de seduzir o observador. Uma sociedade superficial onde a própria realidade se converte num espectáculo, ou seja, numa versão falsa e estetizada de si mesma.

Ainda que esta definição possua actualmente mais de 40 anos, a sua pertinência continua no entanto actual. De facto, com o desenvolvimento dos meios de comunicação a permitirem uma maior rapidez e facilidade de acesso à informação e, consequentemente, uma maior proliferação de imagens, a espetacularização da sociedade foi-se progressivamente intensificando. Tal como evidencia Baudrillard (1994), “o excesso de informação conduziu precisamente a uma progressiva dissolução do seu conteúdo e autenticidade”⁷.

Como tal, a desconexão entre a imagem e o real evidenciada por Debord em “Sociedade do espectáculo”, viria a tornar-se ainda mais evidente, conduzindo a uma progressiva espetacularização da própria realidade que, segundo Baudrillard, acaba

⁶ *Idem*: pág. 30

⁷ Baudrillard, Jean. *Simulacra et Simulation* [*Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan, 1994]. pág 79

por se reduzir a uma mera simulação; uma “hiper-realidade”:

“A imagem em si mesmo converteu-se em uma nova realidade ou hiper-realidade, um mundo virtual que flutua sobre o mundo real”⁸

No contexto desta sociedade contemporânea altamente obcecada pela imagem, onde até a própria realidade não passa de uma simulação, também a arquitectura parece parece ter vindo a reduzir-se progressivamente à sua imagem.

Com a descoberta da potencialidade da arquitectura enquanto objecto capaz de, mediante a sua espectacularização e mediatismo, tornar as cidades mais atractivas para os turistas e investidores, os edifícios converteram-se em meros produtos valorizados, única e exclusivamente, pela sua capacidade de seduzir. Geralmente designado por “efeito Bilbao”, este fenómeno nomeado após o enorme sucesso do Guggenheim de Frank Ghery (1997) na mediatização e consequente revitalização da obscura cidade de Bilbao, traduz-se portanto numa redução da arquitectura a uma espécie de produto de *marketing* ou campanha publicitária:

“Spectacle is the primary manifestation of the commodification or comercialization of design: design that is intended to seduce consumers will likely be more or less spectacular, more or less a matter of flashy, stimulating, quickly experienced gratification, more or less essentially like a television ad.”⁹

Cada vez mais, na sociedade actual, tal como refere Franco la Cecla, “o *packaging* torna-se assim mais importante do que o produto”¹⁰. Os arquitectos convertem-se em *trend-sellers*, “que fornecem às empresas não só os invólucros mas também todo um novo espírito”¹¹ e a espacialidade e relação com o contexto na arquitectura, secundarizam-se relativamente à imagem do edifício. Tal como afirma o autor:

“A arquitectura é para folhear...Não há quer ter medo que as superfícies não correspondam a espaços, que a fruição em directo seja uma desilusão...”¹²

⁸ *Idem*

⁹ William S. Saunders. *Commodification and Spectacle in Architecture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2005; viii

¹⁰ Franco La Cecla. *Contro L'Architettura* [*Contra a arquitectura*. Casal de Cambra. Caleidoscópio, 2011]; pág. 45

¹¹ *Idem*: pág 45

¹² *Idem*: pág 45

Em síntese, e em resultado de uma sociedade altamente obcecada com a imagem, a arquitectura, mais do que um fim em si mesma, parece ter-se convertido num meio para atingir um determinado objectivo, ou seja, mais do que destinada a responder às necessidades dos indivíduos que a vão utilizar, a arquitectura parece reduzir-se a uma manobra comercial e publicitária que, subjugada ao capitalismo, procura mediante a sua espectacularidade seduzir os consumidores.

Dubai: cidade do espectáculo

É no contexto desta sociedade capitalista onde tudo se converte em produto e se mediatiza por meio de imagens, que se enquadra a estratégia de desenvolvimento do Dubai.

Face às limitações impostas pelo seu clima, que tornam praticamente impossível durante o verão, a realização de qualquer actividade no exterior, e a sua localização geográfica, “particularmente desinteressante quando comparada com outros destinos turísticos, onde a beleza natural e a oferta cultural são bastante superiores”¹³, no Dubai a estratégia adoptada foi a de construir um conjunto urbano atractivo e mediático capaz de converter a cidade num dos principais destinos turísticos, financeiros e comerciais do mundo.

Conscientes da importância dos *mass media* na definição das novas tendências, modas e destinos, e consequentemente da potencialidade da arquitectura enquanto objecto capaz de dinamizar um espaço, a medida adoptada pelos seus governantes foi então a de incentivar a construção de uma cidade que, mediante a peculiaridade e espectacularidade das suas actividades ou edifícios, se tornasse sobretudo num destino mediático. Nas palavras do jornalista Mike Davis:

“Al-Maktoum[understands that if Dubai wants to become the luxury-consumer paradise of the Middle East and South Asia [...] it must ceaselessly strive for visual and environmental excess.”¹⁴

À semelhança de uma gigantesca campanha publicitária assente em superlativos e *records do guiness*, onde tudo é meticulosamente estruturado de forma a seduzir possíveis investidores ou turistas e consequentemente atrair a atenção dos *media*, o

¹³ Christopher M. Davidson. *Dubai: The Vulnerability of success*. United Kingdom: HURST Publishers Ltd, 2008; pág. 183

¹⁴ Mike Davis. “*Fear and money in Dubai*”. *New left review* 41, Setembro-Outubro 2006. [<http://newleftreview.org/II/41/mike-davis-fear-and-money-in-dubai> (consult. a 06/06/2012)]

Dubai deu assim início, sobretudo a partir da década de 1990, a toda uma estratégia de desenvolvimento baseada na espectacularização da arquitectura e desenho urbano. Estratégia que, desenvolvida sobretudo por três grandes empresas governamentais, a Nakheel, Emaar e a Dubai Properties, responsáveis pela maioria dos projectos icónicos do Dubai, viria não só a transformar drasticamente a morfologia do Emirado, como também a consolidá-lo num dos destinos mais mediáticos do mundo.

Espectacularização enquanto estratégia

Com a espectacularização a converter-se na principal estratégia de desenvolvimento do Dubai, marcou-se assim o início da construção de uma série de projectos que, pelas suas dimensões, exuberância e peculiaridade, acabariam por resultar no grande mediatismo que a cidade possuiu actualmente.

De facto, foi através de alguns dos seus projectos mais emblemáticos tais como o Burj al Arab(1999), a Madinat Jumeirah(2003), a Palm Jumeirah(2007), ou mais recentemente, o Burj Khalifa(2010), promovidos mundialmente, que a cidade se tornou num destino turístico tão atractivo.

De modo a perceber a forma como a espectacularização da arquitectura e desenho urbano contribuíram para o “sucesso” do Dubai, torna-se essencial antes de mais, analisar alguns destes projectos. Com esta análise procurar-se-á então não só compreender o modo como a espectacularização se formaliza na arquitectura, como também, as consequências desta estratégia onde tudo parece valorizar-se pela sua imagem e capacidade de sedução.



3.2 Perspectiva do Burj al Arab a partir da Madinat Jumeirah

Burj al Arab

Concluído em 1999, o Burj al Arab ^{imagem 3.2} é ainda hoje considerado um dos edifícios mais emblemáticos do Dubai. Proclamado à data da sua inauguração como o hotel mais alto, mais luxuoso e mais exclusivo do mundo, este tornou-se imediatamente alvo da atenção dos meios de comunicação que ao mediatizarem não só a sua imagem como também a sua exuberância e exclusividade, o converteram num ícone do Dubai.

De forma a compreender o “sucesso” do Burj al Arab torna-se por isso fundamental, antes de mais, distinguir e analisar os principais factores que se encontram na origem do seu mediatismo: a sua forma e significado.

Espectacularização da forma

Desenhado por Tom Wright, o Burj al Arab, também designado de “Tower of the Arabs” é um hotel composto por 202 *suites*, 3 restaurantes, centro de conferências e *spa* que, com 56 pisos e 321 metros de altura, constitui ainda actualmente um dos hotéis mais altos do mundo¹⁵. Localizado numa ilha artificial afastada 290 metros da costa do Dubai, onde se organiza uma espécie de recinto fechado altamente controlado e de acesso limitado, o Burj al Arab destaca-se no entanto, não pela sua localização ou programa, mas essencialmente pela sua forma.

Realizado “à imagem de um *yate* de corrida, por si só um símbolo de opulência e tecnologia”¹⁶, a forma do Burj al Arab resulta sobretudo da vontade de construir um ícone. Nas palavras do arquitecto a intenção foi desde sempre a de criar um edifício facilmente reconhecível, um edifício “extravagante e luxuoso”¹⁷ que se convertesse

¹⁵ O hotel encontra-se actualmente em décimo nono lugar do ranking dos hotéis mais altos do mundo [http://www.emporis.com/statistics/tallest-hotel (consult. a 10/9/2012)]

¹⁶ “Atkins wins world’s ‘best new building award” [www.atkingsglobal.com (consult. a 07/06/2012)]

¹⁷ *Idem*

num “símbolo do Dubai”¹⁸.

Neste contexto, a espectacularização da arquitectura torna-se evidente. Tal como refere o seu autor, o edifício constrói-se única e exclusivamente com o objectivo de se tornar mediático e sedutor:

“ The project thus was designed from the top to down, going from the desired image to its physical manifestation ”¹⁹

Como tal, a arquitectura parece reduzir-se a uma mero jogo formal onde apenas a imagem se torna relevante. De facto, não importa o modo como o edifício se relaciona com o contexto, nem tão pouco o clima a que se destina. Não importa que o edifício apresente uma fachada completamente envidraçada orientada a sul, num clima com aproximadamente 360 dias de sol por ano e temperaturas médias no verão de 40°C, desde que o resultado final seja uma imagem sedutora.

Em síntese, no caso do Burj al Arab, a espectacularização da forma resulta portanto numa acentuada redução da complexidade da arquitectura em que o edifício, ao invés de procurar melhorar as condições de vida dos seus utilizadores, parece funcionar sobretudo como uma manobra de *marketing* através da qual se procura promover não só o hotel como a própria cidade.

Espectacularização do significado

Ainda que a imagem do hotel tenha sido indubitavelmente determinante para o seu sucesso, foi, no entanto, através da espectacularização do seu significado que o edifício se tornou tão mediático.

Ao autoproclamar-se um hotel de 7 estrelas, designação legalmente inexistente, o Burj al Arab, converteu-se imediatamente numa espécie de *ultimate destination* dos destinos turísticos. De facto, com esta designação, o hotel transformou-se num

¹⁸ *Idem*

¹⁹ McBride. “Burj-al-Arab” in *Architecture Magazine*, 2000 ;pág. 118

símbolo de luxo e exclusividade destinado a uma clientela, social e economicamente bastante específica, convertendo-se na representação de um estilo de vida *glamouroso*, desejado por aqueles que o podem usufruir e invejado pelos restantes.

Como seria de esperar, toda a sua exuberância e exclusividade conduziram não só a uma intensa mediatização do edifício, rapidamente convertido num dos ícones do Dubai, como também da própria cidade que passou então a ser considerada um dos principais destinos turísticos de luxo do mundo.

Em conclusão, o que se torna evidente é que, independentemente do papel da imagem, grande parte do sucesso do Burj al Arab parece resultar sobretudo da espectacularização do seu significado, ou seja, muito provavelmente, se o hotel não possuísse a designação de 7 estrelas, seria actualmente, apenas mais um edifício no Dubai. Simultaneamente, o que se pode ainda concluir da análise do Burj al Arab é que tanto a localização, como a relação que se estabelece com o contexto e a qualidade espacial do edifício parecem ser irrelevantes para o seu sucesso, reduzindo-o portanto a uma espécie de manobra de *marketing*, onde a arquitectura é valorizada única e exclusivamente pela sua capacidade de seduzir os espectactadores.



3.3 Madinat Jumeirah



3.4 Mina a'Salam

Madinat Jumeirah

Formal e espacialmente bastante distinto do Burj al Arab, estrutura-se o complexo da Madinat Jumeirah ^{imagem 3.3}. Ainda que este já tenha sido referenciado previamente no âmbito da importância que os espaços semi-públicos exteriores adquirem no Dubai, torna-se agora essencial, no contexto da espectacularização, o estudo da forma como os seus edifícios e espaços se organizam.

Tal como se analisou anteriormente, a Madinat Jumeirah (2003), desenvolvida pela empresa Mirage Mille, é um complexo comercial e habitacional constituído por uma sucessão de espaços comerciais, restaurantes e hotéis de luxo, construído à imagem de uma antiga cidadela árabe. De facto, ao entrar na Madinat Jumeirah, o indivíduo parece ser transportado para uma realidade completamente distinta. Ao invés de arranha-céus e fachadas envidraçadas, aqui as construções parecem apresentar uma influência da cultura árabe. Desde as torres de vento, presentes ao longo de todo o complexo, aos elementos estruturais e decorativos utilizados na construção dos edifícios, tudo aqui parece encontrar-se meticulosamente organizado de forma a construir uma simulação de uma realidade passada.

Uma análise mais cuidadosa da forma como estes elementos se organizam, revela no entanto, que estes não passam de representações artificiais sem qualquer função que não ornamental.

Atente-se por exemplo, no Mina a'Salam ^{imagem 3.4}, um dos múltiplos *resorts* de luxo que constituem o complexo. Organizado mediante todo um conjunto de elementos supostamente pertencentes à cultura árabe, tais como as torres de ventos ou os arcos em ferradura, uma análise mais aproximada revela no entanto, que estes possuem apenas um carácter exclusivamente decorativo. De facto, aqui as torres de vento, ao invés de sistemas de ventilação natural, funcionam apenas como elementos ornamentais, os arcos, presentes pontualmente ao longo do edifício, não têm qualquer tipo de função estrutural e mesmo a aparente estereotomia do muro que se encontra em primeiro plano, não passa de uma “escultura” em betão realizada de forma a simular pedra.

À semelhança dos restantes edifícios que constituem o complexo da Madinat

Jumeirah, o Mina a'Salam, construído através de um *pastiche* de elementos arquitectónicos e decorativos referentes à cultura árabe, sem qualquer tipo de função que não ornamental, trata-se portanto de uma mera simulação artificial. Trata-se de um edifício que, apesar de contemporâneo, procura simular uma realidade passada inexistente.

Neste contexto, à semelhança, da cidade de Celebration nos Estados Unidos, analisada por Douglas Frantz e Catherine Collins (2000), a Madinat Jumeirah constrói-se mediante um modelo que os autores definem de neo-tradicionalista²⁰.

Construção de uma hiper-realidade

O neo-tradicionalismo representa um ressurgimento e reinterpretação dos métodos tradicionais de construção e planeamento urbano, numa tentativa de devolver à cidade a “sensação de lugar”²¹. Trata-se, na sua essência, de uma tentativa de adaptação dos modelos e formas da cidade e edifícios antigos às cidades contemporâneas.

Tal como se pode observar no entanto, na Madinat Jumeirah, o grande problema relativamente a este neo-tradicionalismo, é que a sua aplicação à cidade não resulta de uma reinterpretação das tipologias dos edifícios ou modelos das cidades antigas, mas sim, de uma mera apropriação da sua imagem. Como tal, os elementos construtivos e estruturais tradicionais reduzem-se a meros artifícios que se justapõem aos edifícios de forma a recriar uma imagem associada ao passado, e a sua autenticidade e função original dissolvem-se consequentemente.

Tal como se evidencia na Madinat Jumeirah, este modelo neo-tradicionalista, resulta por isso sobretudo na redução da arquitectura a um conjunto de imagens e formas que, desprovidas de autenticidade e dissociadas da sua função original, se organizam única e exclusivamente de forma a construir uma simulação de uma realidade que nunca existiu ou seja, nas palavras de Baudrillard uma “hiper-realidade”²².

²⁰ Douglas Frantz and Catherine Collins. *Celebration U.S.A.* New York; Owl Books, 2000

²¹ “Neotraditionalism represents the revival and reinterpretation of tradition town planning. It stresses building new towns in accordance with the planning and architecture schemes of old towns.”
Idem: pág 43

²² Jean Baudrillard. *Simulacra et Simulation* [*Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan, 1994]

Disneyficação

Em conclusão, na Madinat Jumeirah, assiste-se essencialmente a uma “disneyficação”²³ da arquitectura, ou seja, a uma secundarização da autenticidade dos elementos empregues na organização dos seus edifícios e espaços, de forma a privilegiar a construção de uma “realidade fictícia”. Como tal, o complexo parece construir-se à semelhança de um parque de diversões onde não importa que os elementos aparentemente estruturais utilizados na sua construção não possuam qualquer função que não ornamental, nem tão pouco que os edifícios, apesar de contemporâneos, se construam de forma a simular um passado fictício, desde que a experiência/simulação construída seja credível e visualmente apelativa. Consequentemente, o que se torna evidente na Madinat Jumeirah, bem como em muitos outros edifícios e complexos espalhados por todo o Dubai *imagem 3.5* que adoptam esta mesma estratégia (neo-tradicionalista), é que independentemente da forma ou significado, também a própria “realidade” pode ser espectacularizada e consequentemente usada como uma forma de sedução.



3.5 Exemplo de um dos múltiplos edifícios espalhados pela cidade onde o *pastiche* de elementos arquitectónicos ausentes de qualquer função que não ornamental é notória

²³ *Idem*



3.6 Vista aérea da Palm Jumeirah

Palm Jumeirah

Construída pela Nakheel, uma empresa governamental responsável pelo desenvolvimento da maioria dos projectos localizados na costa do Dubai, a Palm Jumeirah é sem dúvida um dos projectos mais emblemáticos do Emirado.

Localizada “junto” do Burj al Arab, a Palm Jumeirah é uma ilha artificial construída em forma de uma palmeira composta por 16 “ramos” e rodeada por 12 quilómetros de recife artificial, destinado a proteger a ilha do desgaste imposto pelas marés.

Ainda que esta tenha sido alegadamente edificada de forma a estender a costa do Dubai e, consequentemente, tornar possível a criação de um maior número de habitações e hotéis em contacto com a água, a verdadeira razão por detrás da sua construção, parece no entanto e como se analisará em seguida, relacionar-se mais com a promoção do Emirado.

De facto, quando o projecto foi anunciado pela primeira vez em 2001, as intenções megalómanas do Sheik Mohamed bin Rashid al-Maktoum de construir a maior ilha artificial do mundo (uma ilha tão grande que à semelhança da muralha da china deveria poder ser vista do espaço²⁴) atraíram imediatamente a atenção dos *media* que asseguraram não só o mediatismo do seu processo de construção, como também acabariam por converte-la, à data da sua inauguração em 2003, numa das “imagens de marca” do Dubai. Como tal, o projecto tornou-se um “sucesso” imediato. Presente em todas as campanhas publicitárias da cidade, a Palm Jumeirah, símbolo de exclusividade e arrojo, tornou-se, não só graças às suas dimensões como também à espectacularidade do modo como se organiza e da sua forma, num dos ícones do Emirado. De modo a compreender na totalidade as razões do seu mediatismo, realizar-se-á em seguida uma análise do modo como esta se estrutura espacialmente bem como da importância da forma para o seu sucesso.

²⁴ “ Once completed the project [Palm Jumeirah] - according to the developer - will be visible from space “
Yasser Elsheshtawy. *Dubai: Behind an Urban Spectacle*. New York: Routledge, 2010; pág. 143

Organização

Relativamente à sua organização, na Palm Jumeirah não existe a possibilidade de construir uma habitação personalizada. Ao invés de adquirirem um lote e construírem livremente a sua casa, os compradores dispõem apenas de uma variedade de modelos de habitações pré-desenhadas. Uma espécie de catálogo onde entre os 33 modelos disponíveis que variam desde “casas Islâmicas, mediterrânicas ou modernas”²⁵, os clientes limitam-se basicamente a adquirir a “imagem” da sua habitação imagens 3.7 e 3.8.

Logo à partida, e à semelhança do que se analisou na Madinat Jumeirah, também na Palm Jumeirah, a arquitectura e a própria cultura parecem encontrar-se reduzidas única e exclusivamente a uma imagem onde tanto o contexto como a autenticidade são irrelevantes. De facto, não importa que as casas sejam construídas à imagem de uma habitação ocidental ou de uma antiga casa árabe, nem tão pouco importa que o resultado final não seja mais do que um *pastiche* de elementos arquitectónicos ausentes de qualquer autenticidade e deslocados do seu contexto original, desde que a imagem final seja visualmente apelativa e a experiência construída credível.

Comprar uma casa na Palm Jumeirah significa portanto adquirir uma simulação de uma determinada realidade e cultura. Significa a possibilidade de ter a experiência de habitar numa casa mediterrânica no meio do golfo ou de viver numa antiga vila Árabe e concretizar a fantasia de viver as “mil e uma noites”. Como tal, e novamente a semelhança da Madinat Jumeirah, tudo aqui aparenta valorizar-se pela espectacularidade da experiência construída; a arquitectura, mais do que procurar melhorar a qualidade de vida dos indivíduos, parece servir apenas de suporte à construção de uma simulação.

Forma

Independentemente do modo como se organiza, grande parte do sucesso da Palm Jumeirah parece no entanto residir no seu desenho em forma de palmeira.

De facto, por oposição ao Burj al Arab, onde a espectacularidade resulta sobretudo da ideia de exclusividade e exuberância que lhe é associada, na Palm Jumeirah o seu sucesso resulta sobretudo da peculiaridade da sua forma.

Neste caso, o desenho urbano parece reduzir-se a uma espécie de estratégia de *marketing* onde através da forma, única e exclusivamente, se procura atrair a atenção dos meios de comunicação e seduzir os compradores.

De facto, o modo como se organiza, ou mesmo o impacto ambiental resultante da sua

²⁵ *Idem*. pág. 143

construção, tornam-se irrelevantes. Não interessa que o projecto tenha sido responsável pela destruição de grande parte da vida marinha aí existente²⁶, ou que a forma de palmeira tenha causado inúmeros problemas de poluição devido à proximidade dos seus “ramos”²⁷, nem importa tão pouco que os espaços organizados em torno dos seus hotéis e habitações sejam claramente desqualificados, desde o resultado final seja uma imagem atractiva.

Como tal, na Palm Jumeirah, toda a complexidade do desenho urbano parece reduzir-se única e exclusivamente à concepção de uma forma mediática. Uma forma que, ironicamente, é apenas perceptível através de fotografias aéreas visto que, dadas as dimensões megalómanas do projecto, não existe nenhum ponto na cidade onde seja possível observá-lo na sua totalidade.

Em conclusão, a Palm Jumeirah trata-se indubitavelmente de um projecto onde o desenho e organização parecem funcionar única e exclusivamente como formas de promoção. Trata-se de uma espécie de desenho urbano realizado à escala “google earth” onde, ao invés de se procurar organizar um espaço qualificado, se procura sobretudo conceber uma imagem fotogénica; uma imagem que fique bem nas revistas e anúncios promocionais do Emirado. Reduzida a uma estratégia de *marketing*, o que se torna ainda portanto evidente com a análise da Palm Jumeirah é que não só a arquitectura, como também o próprio desenho urbano no Dubai, parecem ter-se subjugado às lógicas de mercado, comprovando assim a afirmação de Guy Debord de que, numa “Sociedade do Espectáculo” o urbanismo é apenas um mero instrumento ao serviço do capitalismo:

“ O urbanismo é a tomada do meio ambiente natural e humano pelo capitalismo que, ao desenvolver-se na sua lógica de dominação absoluta, refaz a totalidade do espaço como o seu próprio cenário ”²⁸



3.7 Habitações na Palm Jumeirah



3.8 Habitações na Palm Jumeirah

²⁶ *Idem*: pag 147

²⁷ *Idem*: pag 147

²⁸ Guy Debord. *La société du spectacle* [*Society of the spectacle*. Detroit: Black & Red, 2010]; 169

Burj Khalifa e a construção em altura

Tal como se tem vindo a analisar ao longo dos projectos previamente estudados, a espectacularização no Dubai parece manifestar-se de formas bastante distintas. No Burj al Arab, por exemplo, a espectacularização incide sobretudo sobre o seu significado, já na Madinat Jumeirah e na Palm Jumeirah, a atractibilidade dos projectos resultam sobretudo da simulação de cidade construída e da sua forma respectivamente.

Independentemente das “formas de espectacularização” que se analisaram até agora, continua no entanto a faltar aquela que parece ser a mais notória e transversal a toda a cidade : a espectacularização através da altura.

De facto, desde o início da década de 1970 que o Dubai, com o objectivo de se converter num dos principais destinos económicos e turísticos mundiais, iniciou a construção de uma série de projectos definidos sobretudo pela grandiosidade das suas dimensões. A partir de então, a altura transformou-se indubitavelmente num dos métodos privilegiados de afirmação, marcando-se o início da sua “luta” pela construção dos edifícios mais altos do mundo.

É neste contexto que surge o interesse pela análise do Burj Khalifa, actual detentor do *record* do “edifício mais alto do mundo”. De forma a compreender a sua importância para o sucesso do Dubai, realizar-se-á em seguida uma análise não só da forma como os arranha-céus se desenvolveram mundialmente como também uma reflexão acerca da sua importância na modernização da cidade do Dubai, para finalmente tentar perceber o significado do Burj Khalifa e consequentemente o papel da espectacularização da altura no contexto desta cidade.

Altura como símbolo de poder

Tal como descreve Yasser Elsheshtawy(2010), historicamente, o recurso à altura como afirmação de poder encontrava-se originalmente relacionado com os edifícios religiosos.

Desde as pirâmides no Egipto até as igrejas na Europa medieval, a altura sempre funcionou ao longo da história como um método de afirmação e demonstração de poder.

Se inicialmente este método de afirmação se prendia exclusivamente com os edifícios religiosos, quando mais tarde com a descoberta do elevador no final do século XIX começaram a surgir os arranha-céus, a questão da altura enquanto meio de afirmação propagou-se aos restantes edifícios.

Como afirma o arquitecto Rem Koolhaas²⁹, a introdução do elevador na arquitectura constituiu, de facto, uma transformação fundamental não só nos edifícios como também na própria cidade. Com o elevador a viabilizar a construção de edifícios cada vez mais altos, visto que permitia uma rápida deslocação entre os seus vários pisos, a construção em altura, formalizada nos arranha céus, tornou-se assim no início do século XX nos Estados Unidos, num símbolo de desenvolvimento e poder. Simultaneamente, os antigos edifícios foram progressivamente substituídos pelos gigantescos arranha céus e a horizontalidade que originalmente caracterizava a maior parte das cidades substituíam-se agora pela verticalidade das suas torres.

Mais do que uma mera diversificação tipológica, os arranha céus introduziram assim transformações morfológicas fundamentais nas cidades³⁰. Transformações que, apesar de originalmente restritas às cidades americanas, acabariam por se difundir por todo o mundo, passando a adquirir um papel determinante no planeamento urbano.

Além de possibilitarem uma maior densificação dos territórios, as torres converteram-se de facto numa forma de afirmação ou demonstração de poder. Tornaram-se em símbolos de desenvolvimento, sucesso e como tal em objectos de desejo.

Resultado da consciencialização das suas potencialidades, os arranha céus converteram-se assim no elemento básico para a construção de um novo modelo e morfologia de cidade. Um modelo que, através da verticalidade e estética associada às torres, procura não só construir uma imagem de poder como também de desenvolvimento tecnológico e económico. Um modelo onde, à semelhança do Dubai, o recurso aos arranha-céus e consequente espectacularização da altura dos edifícios, parece resultar única e exclusivamente de uma vontade de tornar a cidade num local mediático.

²⁹ Rem Koolhaas. *Delirious New York* [*Delirio en Nueva York*. Barcelona : Editorial Gustavo Gili, 2004]

³⁰ Segundo Rem Koolhaas “ [...] o arranha-céus é o instrumento de uma nova forma urbana irreconhecível ”
Idem: pág. 87

Arranha-céus no Dubai

Foi no ano de 1979, com a construção do Dubai World Trade center, edifício que, à data da sua finalização se tratava do edifício mais alto do Golfo, que o Dubai tomou pela primeira vez consciência da potencialidade da altura enquanto forma de mediatização.

Realizado por John Harris, o arquitecto britânico responsável pelo primeiro plano urbano da cidade, o Dubai World Trade Center converteu-se imediatamente num ícone não só do Emirado, como também de todo o Baixo Golfo. Dados os grandes problemas que o Dubai possuía ainda na década de 1970, nomeadamente a precariedade das suas infra-estruturas e a pouca competitividade das suas indústrias e actividades, o Dubai World Trade Center manter-se-ia, no entanto, até à década de 1990 como o único arranha-céus no Dubai. A partir de então, com os os grandes incentivos realizados ao investimento internacional e o início de numerosos e gigantescos projectos financiados pelo governo, a morfologia do Emirado acabaria por se transformar radicalmente.

De facto, a partir de meados da década de 1990, os arranha céus começaram a ter um papel determinante na organização da cidade. Realizados com o objectivo de libertar o Dubai da ideia de precariedade que lhe era associada, o incentivo à construção em altura funcionou então sobretudo como uma forma de promover uma imagem de desenvolvimento económico e tecnológico, capaz de atrair não só investidores como também turistas.

Consequentemente, a espectacularização da altura, mais do que uma resposta a uma necessidade, funcionou sobretudo como uma estratégia de *marketing* na promoção e mediatização do Emirado fundamental para o seu sucesso.

É neste contexto que se destaca o Burj Khalifa, edifício que através da altura, conseguiu não só atrair a atenção dos meios de comunicação como também a curiosidade de turistas por todo o mundo.



3.9 Emirado durante a construção do Dubai World Trade Center (edifício à esquerda)



3.10 Burj Khalifa

Burj Khalifa

Processo de construção

Desenvolvido pela Emaar Properties e desenhado pelo estúdio de arquitectura SOM, o Burj Khalifa tornou-se um edifício mediático mesmo antes da sua conclusão.

De facto, a partir do momento em que foi anunciada a construção do futuro edifício mais alto do mundo, a mediatização em torno do projecto foi imediata. Tal como refere Yasser Elsheshtawy(2010) , após o início da sua construção em 2004, rapidamente a cidade se encheu de cartazes publicitários. Cartazes onde o edifício se definia como um grande marco histórico de importância mundial e onde era vangloriada a sua altura.

Simultaneamente, de forma a promover o projecto, foram também criadas por toda a cidade estruturas onde qualquer pessoa podia entrar e conhecer a história, os desenhos e as maquetas do futuro edifício.

Além de todas as manobras publicitárias, grande parte do mediatismo inicial do Burj Khalifa resultou, no entanto, do ocultar da sua altura final. De facto, ao contrário da maioria dos projectos onde o edifício se encontra perfeitamente definido mesmo antes de começar a sua construção, no Burj Khalifa, a sua altura manteve-se uma incógnita até este se encontrar quase terminado. Consequentemente, originou-se toda uma “onda de mediatismo” em torno do processo de construção do edifício, onde não só os jornalistas como os próprios habitantes do Dubai especulavam relativamente à sua altura final.

Com o sucesso desta estratégia a assegurar o mediatismo e a atrair a atenção para o projecto mesmo antes da sua finalização, o que se torna portanto evidente é que a espectacularização não se reduz exclusivamente ao produto final. O próprio processo de construção que envolve o edifício, pode ser igualmente espectacularizado com o objectivo de seduzir:

“ [...] it is not just the end product which is important but also the process - the production of images accompanying the project.”³¹

³¹ Yasser Elsheshtawy. *Dubai: Behind an Urban Spectacle*. New York: Routledge, 2010; pág. 134

Altura

Concluído em janeiro de 2010 com uma altura final de 829 metros, o Burj Khalifa tornou-se imediatamente um ícone da cidade do Dubai, convertendo-se num dos principais destinos turísticos do cidade.

Mediatizado como o “edifício mais alto do mundo” torna-se por isso fundamental, antes de mais, tentar perceber as razões que se encontram na origem das suas dimensões.

Em primeiro lugar, há que ter em conta que a altura do Burj Khalifa não se prende com uma determinada necessidade programática, ou seja, as suas dimensões não se destinam a comportar um extenso programa necessário à cidade. Tal afirmação é facilmente justificável pelas taxas ocupação do edifício que, em Outubro de 2010, rondavam apenas os 10%³².

Ao invés de uma resposta programática, o Burj Khalifa parece ter sido assim edificado com o único propósito de construir uma imagem de sucesso. Uma imagem de desenvolvimento económico e tecnológico que evidencie o poder do Dubai mundialmente:

“ Simply by placing this tower in Dubai, the city could proclaim itself to be truly modern [...]”³³

Pelo simples facto de se tratar do “edifício mais alto do mundo”, o Burj Khalifa procurou sobretudo assegurar a sua constante mediatização. A altura funcionou assim como uma forma eficaz de assegurar a atenção dos *media* para o edifício e para cidade como também de estimular o desenvolvimento do turismo no Dubai. Tal como evidencia Rebecca Bundhun:

“ [...] after its opening, the Burj Khalifa has established itself as one of Dubai’s biggest tourist attractions and helped surrounding hotels boost business by up to 35 per cent from 2009.”³⁴

³² Shane McGinley. “Occupancy levels rise as Burj Khalifa celebrates first birthday”. *Arabian Business*, 4 de Janeiro de 2011 [<http://www.arabianbusiness.com/occupancy-levels-rise-as-burj-khalifa-celebrates-first-birthday-371164.html>] (consult a 10/06/2012)]

³³ Christopher M. Davidson. *Dubai: The Vulnerability of success*. United Kingdom: HURST Publishers Ltd, 2008; pág. 161

³⁴ Rebecca Bundhun. “Burj Khalifa a towering tourism influence”. *The National*, 5 de Janeiro de 2011 [<http://www.thenational.ae/business/travel-tourism/burj-khalifa-a-towering-tourism-influence>] (consult a 11/06/2012)]

Mais do que uma resposta às necessidades programáticas do projecto, a altura parece portanto converte-se aqui essencialmente num *espectáculo*. Um *espectáculo*, onde não importa a forma como o edifício se relaciona com o contexto, o programa que o constitui, nem tão pouco a sua imagem. Em conclusão, um *espectáculo* onde a altura parece reduzir-se, única e exclusivamente, a uma estratégia através da qual se procura não só assegurar a contemporaneidade e sucesso da cidade como também estimular o crescimento do turismo.

Arquitectura enquanto produto

Por último mas não menos importante, no Burj Khalifa torna-se ainda evidente a forma como a arquitectura parece reduzir-se a uma espécie de produto de consumo.

Antes de mais, há que ter em conta que o edifício possuiu duas entradas distintas, uma direccionada aos seus utilizadores e outra destinada em exclusivo a turistas.

Se por um lado, esta divisão de acessos evidencia novamente o objectivo do Burj Khalifa de se converter num destino turístico, é no entanto na forma como se estrutura a entrada destinada aos turistas que se torna clara toda a estratégia de comercialização do edifício.

Em primeiro lugar, a entrada do edifício realiza-se através do Dubai Mall, actualmente um dos maiores *shoppings* do mundo. Logo à partida, o Burj Khalifa, parece assim assemelhar-se imediatamente a uma espécie de loja, onde ao invés de se consumir um produto, se adquire a experiência de visitar o edifício.

Em segundo, o carácter mercantilista da torre torna-se ainda indubitavelmente evidente no conjunto de espaços comerciais organizados em torno da sua entrada, onde podem ser adquiridos todo o tipo de produtos relacionado com o edifício.

Com *kits* de lego, relógios, *t-shirts* e chávenas de café estampadas com a imagem da torre, entre muitas outras formas de *merchandising* o edifício converte-se assim literalmente num objecto de consumo. Num produto capaz de ser consumido, mediatizado e, com o tempo descartado. Em síntese, num produto que á semelhança de uma peça de roupa pode ser adquirido numa qualquer loja no interior de um *shopping*.

espectacularização enquanto manobra de marketing

Após a análise destes quatro projectos, torna-se evidente que a espectacularização da arquitectura no Dubai, foi sem dúvida fundamental para a sua consolidação enquanto um dos principais destinos turísticos, económicos e comerciais de todo o mundo.

O Burj al Arab, através da sua exuberância e luxo, potenciou indubitavelmente o turismo no Dubai, a Madinat Jumeirah tornou-se numa das principais “atrações” da cidade, a Palm Jumeirah, através da sua imagem, converteu-se num dos símbolos do Emirado e o Burj Khalifa, através da sua altura, tornou-se num dos edifícios mais mediáticos do mundo.

A espectacularização não só da forma como também das dimensões e significado dos edifícios, converte-se assim, em grande medida na estratégia privilegiada pelo Dubai para se destacar das restantes cidades.

Simultaneamente, depois de analisados os vários casos de estudo, torna-se também evidente que os processos de espectacularização no Dubai são bastante diversificados. Os edifícios espectacularizam-se não só pela sua imagem, como também pelas suas dimensões, ideia de exuberância e exclusividade a que se associam ou pela simulação da realidade que constroem.

Independentemente da multiplicidade das estratégias utilizadas para seduzir os indivíduos, o objectivo pelo qual os projectos se espectacularizam parece no entanto ser comum a todos. Através da espectacularização procura-se acima de tudo construir um objecto/experiência mediática e sedutora, capaz de atrair não só a atenção dos *media* mas sobretudo de turistas e investidores. Procura-se construir uma imagem de cidade de sucesso onde seja evidente o seu desenvolvimento tecnológico e poder económico:

”More than any other city in the region, and perhaps in the world, Dubai has made the notion of branding, *i.e* developing icons which capture attention through superlatives (the tallest, biggest, etc) or the borrowing of styles from other regions and cultures and rebranding them as its own, a key ingredient in pursuing global city status. The sheer scale with which this strategy is pursued has been subject of countless media articles which does, of course, underscore the larger purpose behind this seeming explosion of styles: placing Dubai on the map of significant world cities”³⁵

Neste contexto, o que se torna portanto evidente na análise do Dubai é que, resultado da aposta na espectacularização, a arquitectura parece reduzir-se única e exclusivamente a uma manobra de *marketing* onde não importa a forma como os edifícios se relacionam com a cidade, o modo como se organizam os seus espaços, nem tão pouco o papel do indivíduo na sua utilização. Tudo no Dubai se valoriza única e exclusivamente pela sua imagem ou peculiaridade, tudo é construído ou organizado com o único objectivo de seduzir.

Resultado de uma sociedade onde tudo é mediado através de imagens e onde tudo se converte em potenciais objectos de consumo, a própria arquitectura converte-se também assim no Dubai num objecto. Num objecto utilizado como uma manobra de promoção, onde a forma é mais importante que o conteúdo e onde a maneira como se apresenta é mais importante do que a mensagem. Em conclusão, num objecto que parece destinar-se sobretudo a ser visto, não vivido.



3.11 Loja onde podem ser adquiridos todo o tipo de *souvenirs* relacionados com o Burj Khalifa

³⁵ Yasser Elsheshtawy. *Dubai: Behind an Urban Spectacle*. New York: Routledge, 2010; pág. 128



4

Modelo Dubai



4

“Modelo Dubai”

Analisada a forma como o Dubai se estrutura espacial e morfologicamente, bem como toda a estratégia assente na espectacularização da arquitectura e desenho urbano que se encontraram no sucesso do Emirado enquanto destino turístico, financeiro e comercial, torna-se evidente que a cidade do Dubai representa um modelo e estratégia de desenvolvimento urbano bastante peculiar.

Trata-se de uma cidade que, numa questão de aproximadamente duas décadas, conseguiu tornar-se num destino mediático, reconhecido mundialmente sobretudo graças à exuberância dos seus projectos.

Apesar de todo o seu mediatismo, este modelo urbano parece no entanto continuar a carecer de uma definição. Numa época em que expressões como “dubaificação” parecem tornar-se cada vez mais frequentes para designar uma grande diversidade de intervenções na cidade, como por exemplo a construção de torres de luxo¹, ou a artificialidade de alguns projectos², parece continuar a não existir qualquer tipo de consenso relativamente ao seu significado.

De forma a concluir o estudo que se tem vindo a realizar, com este capítulo procurar-se-á portanto, não só tentar chegar a uma definição do que se poderá referir como “Modelo Dubai”, como também reflectir acerca das consequências da sua implementação e viabilidade como estratégia de desenvolvimento urbano.

¹ Ison Anthanasiadis. “*Istanbul breakdancing gypsies*”. *World Politics Review*, 25 de Julho de 2007 [<http://www.worldpoliticsreview.com/blog/blog.aspx?id=955> (consult. a 25/07/2012)]

² Sewell Chan. “*Dispute fester over village playhouse’s fate*”. *The new york times*, 20 de Outubro de 2008 [<http://cityroom.blogs.nytimes.com/2008/10/20/dispute-festers-over-village-playhouses-fate/> (consult a 25/07/2012)]

definição do “Modelo Dubai”

Com base no estudo realizado até agora, a expressão “Modelo Dubai” refere-se à estratégia de desenvolvimento urbano que, realizada com o objectivo de dinamizar não só o turismo, mas também potenciar o desenvolvimento económico e comercial do Dubai, se apoia sobretudo na espectacularização da arquitectura e desenho urbano como a principal forma de atingir os seus objectivos. Trata-se de uma estratégia onde tanto a arquitectura como o desenho urbano têm que possuir essencialmente uma imagem sedutora; uma imagem não só fotogenica mas também telegénica, capaz de estimular o turismo de massas³. Como tal, neste modelo a imagem parece sobrepor-se a todo o resto. Não importa que os edifícios ou a forma e espaços que condicionam se encontrem claramente desajustados do contexto e do clima, nem que não estabeleçam qualquer tipo de relação entre si ou com a própria cidade, desde que no final o resultado seja uma imagem/experiência sedutora.

Com o ênfase colocado no papel individual de cada um dos edifícios, nesta estratégia a lógica de cidade enquanto um *todo* parece assim dissolver-se e substituir-se por um mero somatório dos edifícios/espaços que a constituem. Consequentemente, os espaços públicos reduzem-se a meros espaços de circulação desqualificados e destinados única e exclusivamente a ligar as diferentes construções entre si e, tal como se referiu previamente, o papel do exterior da cidade, por norma o local privilegiado para o desenvolvimento da vida colectiva, substitui-se pelos espaços de carácter privado ou semi-público.

Por último, a expressão “Modelo Dubai” refere-se ainda a uma estratégia de desenvolvimento urbano que se apoia sobretudo num plano urbano flexível. Num plano que ao invés de uma estrutura limitadora que defina os limites e morfologia da cidade, funcione apenas como uma matriz onde se estabelecem as suas directrizes

³ “The kind of contemporary architecture and urbanism that stimulates mass tourism has to be not only photogenic but also telegenic – buildings that look striking in a sequence of rapid-fire cuts, or that stand out in a static shot as backdrops.”

George Katorytis “*The Dubai experiment*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pág. 40

de crescimento, ou seja, um plano que ao invés de estipular as dimensões ou formas que os edifícios devem tomar, conceda o máximo de liberdade aos arquitectos para construírem os seus projectos.

Em conclusão, o “Modelo Dubai” trata-se portanto de uma estratégia onde tanto a arquitectura como o urbanismo parecem funcionar única e exclusivamente como instrumentos na promoção e mediatização da cidade. Uma estratégia onde o *espectáculo* se privilegia sobre a qualidade dos projectos e os interesses económicos sobre os espaços construídos. Em síntese, um modelo onde a imagem da arquitectura e a sua capacidade de sedução parecem sobrepor-se aos interesses dos indivíduos que a utilizam.

De forma a concluir este estudo, resta por último, tentar perceber quais as consequências desta estratégia na cidade do Dubai. Para isso, procurar-se-á em seguida não só reflectir acerca dos efeitos da sua implementação, como também acerca da sua viabilidade enquanto estratégia de desenvolvimento urbano.

consequências do “Modelo Dubai”

Secundarização da qualidade da arquitectura

Considerando a importância que a arquitectura desempenha na estratégia de desenvolvimento urbano do Dubai, seria de esperar um grande investimento na qualidade dos projectos construídos.

Como se demonstrou, no entanto, através da análise de algumas das obras mais mediáticas do Emirado, a grande maioria dos projectos revelam uma nítida falta de qualidade não só espacial, mas também um notório *desinteresse* conceptual e formal.

Na Palm Jumeirah por exemplo, além da ausência de qualidade do espaço público, que parece destinar-se única e exclusivamente à circulação de veículos motorizados, a própria forma como se organizam e estruturam as habitações, não possui também grande interesse formal ou espacial. Para além da artificialidade dos elementos construtivos, as habitações, supostamente de luxo, encontram-se extremamente próximas e expostas, na maioria dos casos sem qualquer tipo de espaços exteriores qualificados e consequentemente sem a privacidade que seria expectável.

A densidade de construção e ausência de espaços de estar exteriores reduzem por isso a Palm Jumeirah a um amontoado de formas, por si só sem qualquer interesse particular, que, no geral, originam um todo também ele desinteressante e desqualificado.

Da mesma forma, em projectos como o Burj Khalifa ou Burj al Arab, ícones incontestáveis do Emirado, a qualidade e interesse arquitectónico dos edifícios é discutível. Dotados de grandes fachadas envidraçadas e sem qualquer tipo de estruturas que permitam regular a insolação, a sua relação com o clima do Dubai é em ambos os casos nitidamente desapropriada. Tanto num caso como no outro o seu mediatismo parece resultar mais daquilo que representam, ou seja da espectacularidade do seu significado, do que propriamente da qualidade formal e espacial dos projectos, colocando-se portanto a questão: o que seria do Burj Khalifa e do Burj al Arab, se não fossem respectivamente, o edifício mais alto e o hotel mais luxuoso do mundo? Ainda que a resposta seja meramente especulativa, dado o seu relativo *desinteresse* conceptual

e formal, o resultado mais provável seria o de não passarem de mais uns edifícios sem interesse particular no somatório de espectáculos do Dubai.

O que se pretende assim evidenciar é que a espectacularidade dos projectos no Dubai não apresenta qualquer relação directa com a sua qualidade. Na maioria dos casos os edifícios e espaços construídos, para além de desapropriados ao contexto e clima do Emirado, são formal e espacialmente desinteressantes. Numa conferência realizada pelo Canadian Center for Architecture, intitulada “Urgency” (2008), o arquitecto Rem Koolhaas refere mesmo que os edifícios no Dubai não passam de uma espécie de versão *classe b* dos projectos realizados pelos arquitectos ocidentais⁴. Cópias ausentes de qualquer tipo de reflexão, interesse formal ou conceptual, cujo sucesso parece dever-se não tanto ao edifício em si mas sobretudo àquilo que representam.

Evidenciada a ausência de qualidade na arquitectura do Dubai resta então tentar perceber as razões que se encontram na sua origem. Kevin Mitchell por exemplo, arquitecto e professor na American University of Sharjah, aponta a falta de qualidade da mão-de-obra e os curtos prazos estipulados para a realização dos projectos como as principais razões:

“ Given the importance placed on singular buildings in market, one would expect an emphasis on quality of design and construction. But the demand for speed in design and construction processes, the harsh natural environment, and the general skill level of an imported low-wage workforce ultimately affect aspirations.”⁵

Apesar da pertinência das razões apontadas pelo autor e não discordando com a sua posição, parece no entanto que o relativo desinteresse dos projectos no Dubai poderão estar também relacionados com outros factores. Em primeiro lugar, a ausência de arquitectos locais capazes de desenvolver e questionar a pertinência dos projectos desenvolvidos no Emirado parece ser fundamental. Note-se que foi apenas em 2004⁶ que se inauguraram as primeira universidades do Dubai, como tal, apesar de existirem alguns escritórios de arquitectura locais, a grande maioria dos arquitectos do Emirado

⁴ “ Dubai [...] is the spitting image of what architects, we star architects can produce. So not only is our work mutually canceling, not only our motives are legitimately questioned, but there is also an increasingly kind of competent B-Movie kind of architecture that is barely distinguishable from the work we do [...]”
Rem Koolhaas & Peter Eisenman. *Urgency*; Canadian Center of Architecture (CCA) 2007. Podcast; min. 10:10 - 10:33

⁵ Kevin Mitchell. “*Constructing Fact, Fantasy, and Fiction*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pág. 33

⁶ Rem Koolhaas. “*Education Diplomacy*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; págs. 318-319

são sobretudo estrangeiros:

“ In a region that produces no more than a few hundred architects a year, the imported pool of architects is mostly non-Western [...] It is Egyptian, Lebanese, Syrian, Indian and Pakistani.” ⁷

A inexistência de pessoal qualificado local aliada aos curtos prazos estipulados para a concepção e construção dos projectos evidenciada por Kevin Mitchell, resulta num outro factor que parece também ser determinante: a encomenda dos projectos a empresas multi-disciplinares onde, muitas das vezes, o papel da arquitectura é secundarizado.

A razão da sua escolha é óbvia: são apenas empresas como a WS Atkins ou a SOM, descritas pelo arquitecto Rem Koolhaas como *VUs (Virtually Unknowns)*⁸ que, pelas suas grandes dimensões, dispõem da capacidade para responder aos curtos prazos de desenvolvimento estipulados:

“ Sometimes employing more than 15,000 architects, they have stretched their bounds to attempt to satiate the insatiable. While ‘world-class’ architects focus on the jewel, their more robust counterparts design rows of towers, as similar or as different from the others as the client pleases. [...] The Virtually Unknowns (VUs) can ride this speed; they in fact fuel it”⁹

Nestas empresas, a qualidade do projecto de arquitectura parece secundarizar-se relativamente à rapidez de execução. Produzidos em massa, os edifícios edificam-se sobretudo com o objectivo de construir no menor tempo possível um espectáculo sedutor independentemente do seu interesse conceptual, espacial ou formal:

“ Special effect” is simply the expected. In a time frame of three weeks, a Virtually Unknown can generate the thrill that the brand-name architect couldn’t even to do in twelve months.”¹⁰

⁷ Rem Koolhaas. “*A titanic struggle on a reduced battlefield*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pág. 198

⁸ idem; pag 200

⁹ Rem Koolhaas. “*Education Diplomacy*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; págs. 318-319
Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pág. 198

¹⁰ Rem Koolhaas. “*A titanic struggle on a reduced battlefield*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pág. 198

Por último, outra das aparentes razões para a pouco interessante arquitectura do Dubai, prende-se com a própria posição adoptada pelos seus governantes que, ao privilegiarem a velocidade de concepção e realização dos projectos à sua qualidade, e consequentemente a espectacularização relativamente ao seu interesse, parecem entender a arquitectura, única e exclusivamente como uma estratégia de *marketing* na promoção da cidade.

Tendo em conta que o Dubai, até ao início da década de 1990, continuava sem grande relevância enquanto destino turístico e financeiro, torna-se de certa forma compreensível não só esta urgência de construção como também a aposta na espectacularização da arquitectura. De facto, para um Emirado que passava praticamente despercebido, parece indiscutível que a arquitectura teve um papel fundamental na sua mediatização, podendo mesmo especular-se que sem esta, o Dubai continuaria a não passar de mais um Emirado “desconhecido” no Baixo Golfo.

Como tal, não se pretende questionar esta estratégia de recurso à arquitectura enquanto forma de promoção. O que se questiona sim, é toda esta atitude de promoção acrítica de uma arquitectura que se valoriza única e exclusivamente pela sua espectacularidade, onde a espacialidade, a relação com o contexto e com o próprio indivíduo parecem ser completamente secundarizados.

Em conclusão, uma das críticas fundamentais que se pode realizar ao “Modelo Dubai” é que em grande medida, a aposta na espectacularização e rapidez de concepção e construção dos projectos, acaba por desvirtuar o papel da arquitectura. Os edifícios, “produzidos em massa”, parecem converter-se única e exclusivamente em manobras de *marketing* através das quais os políticos e a economia privada procuram assegurar o mediatismo dos seus projectos e a arquitectura, subjugada às lógicas de mercado, parece converter-se em exclusivo em uma forma de adicionar valor económico à construção. Independentemente da espectacularidade, o grande problema do “Modelo Dubai” parece residir assim no facto se tratar de uma estratégia onde a arquitectura se destina não aos indivíduos mas sobretudo ao mercado. Em síntese, um modelo onde o *espectáculo* se privilegia sobre a qualidade e, consequentemente, a imagem sobre o conteúdo.

Inviabilização dos espaços exteriores

Analisada a qualidade da arquitectura no Dubai, torna-se também essencial reflectir acerca da forma como a sua estratégia de desenvolvimento urbano condiciona os espaços públicos. Trata-se de perceber que tipo de espaços resultam deste modelo, qual a sua pertinência e de que forma contribuem ou não para a qualidade da cidade.

Tal como referido previamente, em resultado de um plano urbano flexível e do rápido crescimento a que o Emirado assistiu essencialmente a partir da década de 1990, o Dubai é actualmente uma cidade espacialmente fragmentada onde a circulação pedonal e a utilização dos espaços públicos é, em parte desincentivada não só pelas dificuldades impostas pelas vias rápidas como também pela ausência de actividades e falta de qualidade nos/dos espaços públicos. De facto, como pude observar, circular a pé no Dubai chega mesmo a ser uma experiência frustrante. Em primeiro lugar, simples actividades como por exemplo atravessar uma avenida são extremamente morosas. Na maioria dos casos as passadeiras são inexistentes e o atravessamento só é possível através de pontes pedonais que, para além de muito esporádicas, tornam a circulação entre dois pontos da cidade aparentemente próximos em longos percursos. Independentemente da distância a percorrer, os meios de transporte motorizados convertem-se assim nas opções de circulação mais viáveis, originando situações caricatas tais como ter que recorrer a um taxi para chegar do Dubai Mall ao início da Sheik Zayed Road, um percurso de aproximadamente 800 metros que, de táxi demora cerca de 5 minutos mas que a pé seria consideravelmente bem mais demorado.

Aliada a esta dificuldade de circulação, a inexistência de qualquer tipo de comércio ou actividades, mesmo junto à praia, onde seriam esperados todo um conjunto de estabelecimentos tais como cafés ou bares, por norma presentes neste tipo de destinos turísticos onde o sol e o mar constituem um dos grandes atractivos¹¹, tornam os espaços públicos exteriores, regra geral, bastante desinteressantes e solitários.

Pela falta de qualidade e ausência de actividades, a vida pública no Dubai encontra-se assim maioritariamente restrita aos espaços semi-públicos. É sobretudo nos espaços exteriores organizados em torno dos *shoppings* ou complexos de hotéis, tais como

¹¹ “ [Descrição do emirado realizada no site da agência de viagens Abreu] O Dubai, também conhecido como ‘a pérola do golfo da arábia’, é um dos sete emiratos que compõe os Emiratos Arabes Unidos. Situado numa enseada natural com 700 km de costa, onde poderá disfrutar de praias limpas [...] com sol sempre presente” [http://www.abreu.pt/Resultados_Pesquisa-389.aspx?cat=GV&prog=22884&copco=0 . (consult. a 10/08/2012)]

Downtown Dubai ou a Madinat Jumeirah onde é possível, de facto, observar pessoas não só às compras mas também a passear e a conviver ao ar livre.

Visto tratarem-se de espaços privilegiados, o esperado seria portanto um ênfase na qualidade da forma como se constroem e organizam na relação com o contexto. No entanto, na maioria dos casos e como se demonstrará em seguida, estes parecem encontrar-se nitidamente desapropriados em relação ao clima do Dubai.

Atente-se por exemplo na grande praça exterior que se organiza em torno do lago artificial do Downtown Dubai ^{imagem 4.1}, espaço que pela sua relação com o Dubai Mall, Burj Khalifa e pelas constantes exhibições do espectáculo “Dubai Fountain”, constitui um dos destinos privilegiados para o desenvolvimento da vida pública exterior no Dubai.

Independentemente do seu sucesso, o que se pode verificar é que se durante o inverno, quando as temperaturas rondam os 25 °C¹², este espaço é de facto bastante atractivo pela grande diversidade de actividades que oferece, no verão, quando a média de temperaturas ronda aproximadamente os 40 °C, a sua utilização torna-se praticamente impossível graças à inexistência de quaisquer espaços de sombra.

De facto, o Downtown Dubai, à semelhança da maioria dos espaços exteriores da cidade, sejam eles “espectaculares” ou não, encontra-se completamente exposto ao sol. Para além da inexistência de quaisquer sistemas de protecção e da escassa vegetação, a própria forma como o amplo espaço exterior se relaciona com os dispersos edifícios que o delimitam, gera escassos espaços de sombra que tornam praticamente inviável a



4.1 Downtown Dubai

¹² [<http://www.godubai.com/explore/whatshot.asp> (consult. a 10/08/2012)]

sua utilização a altas temperaturas.

Claramente inadequado ao árido clima da região, o Downtown Dubai não se trata no entanto de um caso único. Resultado de um plano urbano, onde o papel individual de cada edifício e a sua espectacularidade parecem sobrepor-se a uma qualquer lógica de organização da cidade enquanto um *todo*, a grande maioria dos espaços exteriores do Dubai, independentemente da sua espectacularidade ou relevância, encontram-se regra geral claramente desadequados ao clima do Golfo. Como se pode constatar por exemplo na Al Maktoum Road ^{imagem 4.2}, uma avenida sem particular relevância na cidade, a dimensão e relação entre as vias de circulação e os edifícios, aliada à inexistência de qualquer tipo de estruturas que criem espaços de sombra, mantêm o espaço público constantemente exposto ao sol, tornando como tal inviável a sua utilização com temperaturas elevadas.

Apesar desta clara inadaptação ao clima da região é no entanto possível encontrar no Dubai alguns espaços onde o problema parece encontrar-se resolvido. Curiosamente, é em partes mais antigas como por exemplo em Deira, que a organização dos edifícios e espaços de circulação se encontra mais adequada ao contexto. Aqui, as estreitas vias pedonais ladeadas por edifícios relativamente baixos mantêm os espaços públicos constantemente protegidos do sol, e as estruturas de madeira que cobrem as ruas mantêm os espaços frescos, viabilizando a sua utilização independentemente da estação do ano.

Ainda que estas zonas se tenham transformado em espaços destinados maioritariamente aos turistas, como se nota pela grande quantidade de *souvenirs* que,



4.2 Al Maktoum Road

desde as *t-shirts* “I love Dubai” aos mais variados tipos de *merchandising*, se replicam de loja em loja, percebe-se que existe aqui, por oposição à maioria dos espaços mais recentes, uma clara adaptação ao clima do região ^{imagens 4.3}.

Grande parte do problema da inviabilidade dos espaços exteriores do Dubai, prende-se portanto não com o clima, mas sobretudo com o plano de estruturação urbano da cidade. Um plano cuja flexibilidade e ausência de limitações, realizado com o intuito de conceder toda a liberdade aos projectistas para construírem os seus espectáculos, acaba por resultar num modelo de cidade onde os espaços exteriores, para além de desqualificados e na maioria dos casos ausentes de qualquer tipo de actividades, se tornam praticamente inviáveis durante os meses mais quentes do ano.

Neste contexto, o “Modelo Dubai”, ao privilegiar a construção de espectáculos sobre a organização da cidade enquanto um *todo*, acaba por resultar não só numa progressiva dissolução da importância do espaço público, como também numa clara inadaptação dos espaços exteriores ao clima do Emirado. Transladada para o interior dos edifícios onde o ar condicionado assegura a manutenção de uma temperatura constante e, conseqüentemente, a sua viabilidade independentemente da temperatura exterior, a vida pública deixa então, em grande medida, de se desenvolver no exterior.

Em conclusão, o “Modelo Dubai” encontra-se na origem de um modelo de cidade onde progressivamente, a importância não só dos espaços públicos mas, regra geral, dos espaços exteriores, parece vir a ser secundarizada relativamente ao interior do edificado. Um modelo onde os edifícios deixam de precisar da cidade: “eles competem com a cidade, representam a cidade; no fundo, eles são a cidade”¹³.



4.3 Deira (Souk)

¹³ Rem Koolhaas & Bruce Mau. *S.M.L.XL*. New York: The Monaceli Press, 1995; pág 515

Insustentabilidade energética e ambiental

Numa altura em que a questão da sustentabilidade energética da arquitectura e das cidades é tão premente, e em que cada vez mais parece haver uma consciencialização da necessidade de preservar os recursos energéticos e naturais de forma a proteger o meio ambiente, a estratégia de desenvolvimento urbano da cidade do Dubai continua no entanto a não apresentar qualquer tipo de preocupações relativamente a estes temas.

Em primeiro lugar, os edifícios, na sua maioria revestidos a vidro e sem qualquer sistema de protecção face à insolação, encontram-se notoriamente desadaptados relativamente ao clima do Emirado, onde as altas temperaturas e o grande número de dias de sol anuais (em média 360¹⁴), obrigam a uma constante e dispendiosa dependência no ar condicionado para se tornarem habitáveis.

De facto, como afirma Kevin Mitchell, apesar das indústrias petroquímicas e metalúrgicas contribuírem em grande parte para o excessivo consumo de energia do Emirado, é estimado que durante o verão, cerca de 75 a 85% do total de energia consumido seja utilizado para o arrefecimento dos edifícios, implicando excessivos custos com a sua manutenção¹⁵.

Esta dependência no ar condicionado chega mesmo a ser caricata quando se observam por exemplo alguns edifícios onde as torres de vento, ao invés de funcionarem de acordo com a sua função original (sistemas de ventilação natural) e permitirem consequentemente a eliminação, ou pelo menos redução da dependência na ventilação forçada, aparecem reduzidas a meros ornamentos.

Em segundo lugar, projectos tais como a Palm Jumeirah ou The World, parecem também não apresentar qualquer tipo de preocupação relativamente ao impacto da sua construção no meio ambiente. Como referido previamente, a construção da Palm Jumeirah, por exemplo, conduziu não só a um aumento substancial da poluição da água no Dubai, como foi também responsável pela destruição de grande parte da vida marinha aí existente.

A questão que se coloca prende-se portanto com o porquê de ainda não se ter realizado qualquer incentivo à mudança ou estabelecido qualquer tipo de legislação

¹⁴ <http://www.dubai-info.org/en/facts/10-fast-facts-about-dubai> (consult. a 13/08/2012)

¹⁵ Kevin Mitchell. “*Constructing Fact, Fantasy, and Fiction*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pág. 31

ou estímulo que encoraje a construção de um Dubai mais sustentável.

A resposta para esta questão é no entanto bastante simples. De modo a promover uma cidade espectacular, a grande maioria dos projectos construídos no Dubai, para além de incentivados são também financiados pelo governo. Simultaneamente, de forma a promover a construção de edifícios espectaculares, são também oferecidos aos seus proprietários inúmeros subsídios que permitem suportar os grandes custos com a ventilação¹⁶.

Em grande medida, a razão para ainda não se ter realizado qualquer tipo de alteração, reside assim sobretudo na atitude dos governantes do Dubai que, ao incentivarem a construção de espectáculos nitidamente desapropriados em relação ao clima local, não estimulam qualquer incentivo à mudança.

O que se conclui é que, à custa da construção de uma imagem espectacular e consequentemente da realização das ideias megalómanas dos seus governantes, a preocupação com a preservação dos recursos naturais e meio ambiente no Dubai, é indubitavelmente secundarizada.

Tendo em conta que o Dubai possuiu já actualmente o maior índice mundial de consumo de recursos naturais *per capita* relativamente à capacidade regenerativa do planeta terra¹⁷, o “Modelo Dubai” trata-se portanto de uma estratégia que, no que toca às questões ambientais, se revela indubitavelmente insustentável. Uma estratégia que se não for rapidamente reequacionada, poderá resultar em graves problemas ambientais e económicos decorrentes dos excessivos consumos energéticos do Emirado.

¹⁶ *Idem*: pág. 31

¹⁷ Segundo o relatório realizado pelo World Wide Fund for Nature (WWF) em 2006 denominado Living Planet Report, onde se estudou a pegada ecológica (Ecological Footprint) de vários países do mundo, ou seja, a relação entre o consumo de recursos naturais per capita relativamente à capacidade regenerativa do planeta, os Emirado Árabes Unidos apresentam o valor mais elevado do estudo com 11,9. Tal valor significa que nos Emirados Árabes Unidos o valor de consumo dos recursos naturais é 11,9 vezes maior que a capacidade do planeta terra para os regenerar.

Idem: pág. 31

Modelo de exclusão

“ The words ‘first, tallest, deepest, most expensive, lavish, outlandish’ could have been created for this city. Where else would you find a seven-star hotel, visit a series of 200 man-made islands in the shape of the countries of the world, or climb the world’s tallest building?

Amidst all this modernity, as you head from a swim in the sea or a business meeting to designer boutiques, a round of golf or a top teppanyaki restaurant, the age-old souks still attract those who like to haggle. And yet only a few kilometres into the magnificent desert there are still camels roaming free.

There is a vibrant and cosmopolitan air about Dubai, for instance the way the traditional abra boats carry a kaleidoscope of tourists side by side with sari-wrapped Indians and locals sporting spotless dishdashas.”¹⁸

Geralmente descrita como um dos destinos turísticos mais luxuosos e espetaculares do mundo, não há dúvida de que a cidade do Dubai conseguiu, através de toda uma estratégia focada na espetacularização da arquitetura, consolidar uma imagem de sucesso, desenvolvimento tecnológico e estabilidade económica.

Uma imagem que, mesmo através da perspectiva do turista que percorre a cidade, de edifício icónico em edifício icónico, de centro comercial em centro comercial, através de taxi ou metro, parece não se tratar de uma mera ilusão propagandística, mas da verdadeira realidade do Emirado.

De facto, tal como pude observar, apesar da grande diversidade cultural, a cidade parece não apresentar quaisquer sinais de pobreza. Os edifícios, ainda que nem todos “espetaculares”, encontram-se, regra geral, bem preservados e aparentam possuir boas condições de habitabilidade. Da mesma forma, os residentes aparentam também, na sua maioria, usufruir de um nível de vida elevado que lhes permite tirar partido da espectacularidade da cidade. Um nível de vida que se torna por exemplo evidente na grande quantidade de pessoas que, independentemente da hora do dia, se encontram às

¹⁸ *Everything about Dubai is superlative* [http://www.emirates.com/english/destinations_offers/discoverdubai/aboutdubai/index.aspx (consult. a 15/08/2012)]

compras nos múltiplos *shoppings* espalhados por todo o Emirado.

Apesar desta imagem de cidade aparentemente perfeita, a verdadeira realidade da Dubai é no entanto outra. Longe da vista dos turistas e ausente das campanhas publicitárias, existe um outro Dubai, um Dubai “menos espectacular” onde reside grande parte dos expatriados da cidade (aproximadamente 85% da população total do Emirado)¹⁹.

Tratam-se de espaços tais como Satwa, localizada nas imediações da Sheik Zayed Road. Espaços que apesar de não se encontrarem afastados geograficamente dos pontos mais turísticos da cidade são no entanto de difícil acesso, encontrando-se por isso “escondidos” no interior da cidade:

“They are not directly visible from the city’s main highways and roads, but well off/ wealthy areas have to be ‘penetrated’ in order to accessed them, although the notion of soft boundaries, the ease of access, still applies. Thus, they are indirectly removed from the awareness of city residents, or are conceived as poor and dangerous places, filled with ‘Indians’ - according to popular perception”²⁰

Aqui os arranha céus dão lugar às habitações de pequena escala, o asfalto substitui-se pela areia e o luxo por uma nítida falta de condições. Esta precariedade encontra-se retratada em múltiplos artigos do *GulfNews*, onde são frequentes os relatos da ausência de infra-estruturas básicas como o acesso à água ou à electricidade nas habitações²¹, ou a debilidade das condições económicas dos seus habitantes.

Contrariamente ao “Dubai espectacular”, em Satwa, existe no entanto uma relação completamente distinta com o espaço público. Aqui, o centro comercial é substituído pelo comércio de rua, as cadeias de restauração e comércio internacionais dão lugar

¹⁹ “Many rich countries, including the United States, rely on cheap foreign workers. But no country is as dependent as the United Arab Emirates, where foreigners make up about 85 percent of the population and 99 percent of the private work force. From bankers to barbers, there are 4.5 million foreigners here, compared with 800,000 Emirati citizens, according to the Ministry of Labor. About two-thirds of the foreigners are South Asians, including most of the 1.2 million construction workers.”

Jason Deparle. “*Fearful of Restive Foreign Labor, Dubai Eyes Reforms*”. *The New York Times*, 6 de Agosto de 2007 [http://www.nytimes.com/2007/08/06/world/middleeast/06dubai.html?_r=1&coref=slogin (consult. a 31/07/2012)]

²⁰ Yasser Elsheshtawy. *Dubai: Behind an Urban Spectacle* New York: Routledge, 2010; pág. 216

²¹ “We have had no water since mid-April. We have a well inside the house from which we are getting water.”

Bassma Al Jandaly. “*Emirati family has no place to live*”. *Gulf News*, 28 de Junho de 2007 [http://gulfnews.com/news/gulf/uae/housing-property/emirati-family-has-no-place-to-live-1.186094 (consult. a 31/07/2012)]

aos restaurantes populares e o espaço público, enquanto local de reunião, adquire um papel essencial na vida da comunidade. Fundamentalmente, como afirmam Mahmoud Kaabour e Denise Holloway, num documentário intitulado “Satwa Stories”²², em Satwa há vida, há movimento de pessoas, comércio de rua e o espaço público mais do que um local de circulação, é um espaço de reunião.

“ On Satwa there’s always something about to happen, on a corner dodging traffic jumping signal then jumping friends, missing a cab, generation cohabitation bus station and tranformation [...]”²³

Além destes espaços e também afastados da vista dos turistas e do “Dubai espectacular” existem ainda os campos de trabalhadores.

Construídos com o único propósito de alojar os muitos operários que se deslocaram para o Dubai no início da década de 1990 e contrariamente aos espaços mais desfavorecidos descritos anteriormente, os campos de trabalhadores encontram-se, na sua maioria, distantes das zonas espectaculares da cidade.

Afastado 10 quilómetros da costa, encontra-se por exemplo o campo de Sonapur, também designado por “cidade do ouro” ^{imagens 4.4 e 4.5}.

“Sonapur, a camp a half-hour’s drive into the desert from Dubai, houses 50,000 workers and feels like an army base. Two and three-story concrete-block buildings stretch across the horizon, throngs of South Asian laborers fill the streets and desert dust fills the air.”²⁴

Tal como é possível observar numa reportagem fotográfica realizada por Matilde Gattoni²⁵, em Sonapur as condições de habitação e trabalho são extremamente precárias. Os quartos de pequenas dimensões encontram-se sobrelotados, as cozinhas e casas de banho são públicas e encontram-se em más condições, e o campo, no geral,

²² Mahmoud Kaabour and Denise Holloway. *Satwa Stories* [http://www.youtube.com/watch?v=1Rspatuvx0w . (consult. a 31/07/2012)]

²³ *Idem*

²⁴ Jason Deparle. “*Fearful of Restive Foreign Labor, Dubai Eyes Reforms*”. *The New York Times*, 6 de Agosto de 2007 [http://www.nytimes.com/2007/08/06/world/middleeast/06dubai.html?_r=1&coref=slogin (consult. a 31/07/2012)]

²⁵ Matilde Gattoni; “*Sonapur - Dubai’s City of Gold*” [http://invisiblephotographer.asia/2011/09/15/photoessay-sonapurdubai-matildegattoni/ (consult. a 30/07/2012)]



4.4 Campo de Sonapur



4.5 Interior de uma habitação em Sonapur

assemelha-se a uma espécie de campo militar vedado, onde os seus residentes se encontram, em muitos dos casos, ilegais e sem quaisquer direitos de trabalho²⁶.

Posto isto, torna-se evidente que o Dubai não se resume exclusivamente aos projectos espectaculares. Ainda que “escondida” por detrás dos luxuosos complexos de hotéis e habitação, ou afastada dos pontos turísticos, grande parte da cidade é constituída por zonas com condições precárias onde habitam os mais desfavorecidos.

Pode-se então afirmar que o “Modelo Dubai” se trata de um *modelo de exclusão*. Um modelo onde a cidade se estrutura basicamente em dois tipos de espaços : os “espectaculares”, destinados a uma elite economicamente favorecida, e os restantes, “nada espectaculares”, afastados dos percursos turísticos, onde habita a maioria da população do Dubai.

Note-se que à excepção dos campos de trabalhadores que se encontram afastados dos pontos turísticos, os espaços mais desfavorecidos encontram-se em geral próximos das zonas mais centrais. Como tal, não se pode afirmar que estes se encontram geograficamente destacados da restante cidade. O facto dos preços praticados nas zonas “espectaculares” serem extremamente elevados quando comparados com os do comércio de rua, aliado à dificuldade de acesso a estes espaços, é que promovem um modelo segregador, onde os mais desfavorecidos são desincentivados de usufruir da espectacularidade do Dubai.

“ [...] it nevertheless maintains a strict policy of segregation allowing for control as well as removing any images of poverty from the city proper. The notion of labourers spending their weekends or time off in the exclusive areas is not encouraged.”²⁷

Além desta estratégia dissimulada de exclusão dos mais desfavorecidos, o carácter segregador do “Modelo Dubai” é ainda acentuado pela exclusividade da maioria dos seus projectos.

O Burj al Arab, símbolo incontestável do Dubai e, em parte, responsável pelo grande mediatismo do Emirado encontra-se por exemplo vedado a qualquer indivíduo que não possua uma estadia reservada. Tal como me foi possível observar, a cerca de 400 metros do edifício, encontra-se um ponto de controlo protegido, onde o ingresso ao perímetro do hotel é restrito ^{imagem 4.6}. Aqui, o fluxo de táxis é intenso e os turistas frustrados pela

²⁶ “ As soon as the workers arrive at Dubai airport, their passport are taken from him by the construction companies. They work 14-hour days in the desert heat for 500 dirhams a month (100US\$). The water delivered to the camp isn’t properly desalinated.”

Idem

²⁷ Yasser Elsheshtawy. *Dubai: Behind an Urban Spectacle*. New York: Routledge, 2010; pág 241

impossibilidade de se aproximarem, amontoam-se para tirar fotos com o edifício como pano de fundo - o mais próximo que podem ter da experiência do hotel.

De acesso restrito, a consolidação do Burj al Arab enquanto símbolo do Dubai chega assim mesmo a ser quase irónica - o hotel é simultaneamente um dos ícones mais reconhecidos da cidade e um dos seus locais mais inacessíveis. É por um lado a imagem do Dubai, mas no entanto, a maioria dos seus residentes nunca lá chegará a entrar.

“ Most residents of Dubai or the UAE have never, nor will ever, set foot in the Burj. Yet it has become a symbol of sorts for the city”²⁸

Em síntese, o “Modelo Dubai” trata-se portanto indubitavelmente de um modelo de exclusão. Um modelo segregador, onde não só apenas os residentes são indirectamente excluídos da cidade, de modo a eliminar qualquer indício de precariedade que ponha em causa a imagem de luxo e exuberância cultivada pelo Emirado, como também os próprios turistas comuns se encontram, regra geral, excluídos da espectacularidade dos seus edifícios. Estruturada numa sucessão de espaços exclusivos - condomínios fechados, hotéis de luxo, etc - o resultado é portanto uma *cidade elitista*. Uma cidade que parece destinar-se apenas a uma classe económica bastante específica, o que conduz consequentemente, à exclusão dos restantes indivíduos.



4.6 Entrada para o recinto do Burj Khalifa

²⁸ *Idem*, pág. 139

conclusão

Viabilidade do “Modelo Dubai”

“With the highest number of ‘first place’ entries in the Guinness Book of the World records, there is hardly any modest way to describe the exposure that the city of Dubai in the United Arab Emirates receives in the media as the world’s fastest growing, most architecturally dazzling, most turisty and adward-wining city. From real estate and tourism promotion packages, to television documentaries, in-Flight magazines and newssppers, there is no scarcity of news of about Dubai’s statues as the world’s ‘wonderland’, one whose breathtaking projects are currently causing experts to consider re-drawing the geographic map of the world”²⁹

Mediatizada pela exuberância, peculiaridade e luxo dos seus edifícios, como um dos destinos turísticos mais exclusivos e desejados de todo o mundo, não há dúvida de que o Dubai representa uma história de sucesso. Uma história de uma cidade que, independentemente das suas limitações geográficas, clima, escassez de recursos e de um passado marcado por uma constante subordinação a tratados limitadores e a governantes mais preocupados com a sua fortuna pessoal do que com o desenvolvimento do Emirado, conseguiu, em aproximadamente duas décadas, transformar-se de uma pequena e “insignificante” aldeia piscatória num dos principais destinos turísticos, financeiros e comerciais de todo o mundo.

Comparativamente com os restantes Emirados do Baixo Golfo, o Dubai foi o único que independentemente da relativa escassez das suas reservas de petróleo conseguiu, de facto, delinear uma estratégia de desenvolvimento eficaz. Uma estratégia que, através da dinamização das infra-estruturas comerciais, incentivo ao investimento internacional mas, sobretudo, da aposta na construção de projectos espectaculares, originou um modelo de cidade tão bem sucedido que tem vindo a ser replicado um pouco por todo o Médio Oriente.

Emirados e Países como por exemplo Abu Dhabi ou o Qatar respectivamente,

²⁹ Jerry Kolo. “*The necessity of an Enlightened City*” in Ole Bouman, Mitra Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.). *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pag 58

seguem agora o exemplo do Dubai com o investimento em numerosos projectos mediáticos tais como o novo Guggenheim de Frank Gehry^{imagem 4.7} ou o “The Pearl Qatar”^{imagem 4.8}. Mesmo outras economias emergentes tais como a Turquia, o Paquistão ou a Índia, parecem também seguir a estratégia do Dubai, recorrendo à arquitectura como forma de obter a atenção dos meios de comunicação.

Subitamente, com o êxito do “Modelo Dubai”, a potencialidade da arquitectura enquanto forma de promoção e revitalização das cidades parece ter sido redescoberta. O “efeito Bilbao” parece ter deixado de ser uma consequência para passar a ser a premissa de toda uma estratégia de desenvolvimento, onde a arquitectura enquanto espectáculo se converte numa fórmula de assegurar o sucesso e mediatismo das cidades.

Independentemente do êxito que esta estratégia teve para a mediatização e triunfo do Dubai, as consequências da sua aplicação são também relevantes.

Com a aposta na concepção de projectos valorizados única e exclusivamente pela sua espectacularidade, o resultado é uma cidade onde a arquitectura e desenho urbano parecem funcionar sobretudo como manobras de promoção, onde os edifícios se valorizam apenas pela sua imagem e se constroem sem qualquer tipo de preocupação relativamente ao contexto, clima ou cultura do local e onde os espaços públicos, secundarizados relativamente aos edifícios, se apresentam, regra geral, reduzidos a meros espaços de circulação desqualificados e ausentes de qualquer tipo de actividades que promovam a vida pública no exterior. Desta forma, a cidade parece reduzir-se a um mero somatório de *espectáculos* que, na tentativa de criar uma imagem sedutora, capaz de atrair pela sua exuberância turistas e investidores, resulta num modelo urbano elitista e segregador. Um modelo onde a qualidade espacial dos edifícios é negligenciada e a cidade, construída à imagem de um parque de diversões, parece



4.7 Guggenheim (Abu Dhabi)



4.8 The Pearl Qatar (Qatar)

destinar-se mais a ser *visitada* do que *habitada*.

Na análise do “Modelo Dubai” defrontamo-nos com um paradoxo: se, por um lado, foi esta estratégia de aposta na espectacularização da arquitectura que conduziu ao sucesso do Emirado, por outro, foi esta mesma estratégia que originou um modelo de cidade onde não só a qualidade da arquitectura e dos espaços públicos, como também o próprio papel dos indivíduos, são notoriamente secundarizados.

A questão que se coloca é saber se será este um modelo viável enquanto estratégia urbana.

A resposta não se resolve, no entanto, em termos de positivo ou negativo; deverá ser sempre o resultado de uma reflexão que envolva os aspectos mais ou menos bem sucedidos deste modelo.

Dentro dos aspectos mais positivos, destaca-se o sucesso desta estratégia na promoção e dinamização do turismo e consequentemente do próprio Emirado. Tal como referido ao longo deste estudo, se o Dubai não tivesse apostado na espectacularização da sua arquitectura - através da construção dos edifícios mais exuberantes, luxuosos e altos do mundo - a cidade continuaria ainda, muito provavelmente, a ser apenas mais um Emirado despercebido no Baixo Golfo.

Já do ponto de vista social, económico e ambiental, este modelo não poderá ser considerado tão bem sucedido.

A despreocupação relativamente à organização espacial dos edifícios e da própria cidade encontra-se na origem de uma metrópole desqualificada, onde tanto a arquitectura como o desenho urbano parecem submeter-se apenas às lógicas de mercado: os edifícios são entendidos como meros objectos de consumo, sendo o papel do utilizador secundarizado relativamente à sua capacidade de sedução, e a cidade, na ausência de espaços públicos qualificados, resulta, sobretudo, num aglomerado fragmentado de espectáculos desconexos.

Economicamente, o modelo Dubai poderá também ser considerado um fracasso. Se, aquando do *boom* da construção no início da década de 1990, esta estratégia resultou de facto na consolidação de uma economia estável através do progressivo aumento das receitas resultantes do turismo, com o passar dos anos e o aumento dos custos com a manutenção e construção de novos *espectáculos*, o que se verificou foi um progressivo endividamento do Emirado. Endividamento que, aliado à generalizada crise do sector imobiliário com início em 2007, acabou por tornar a economia do Dubai extremamente vulnerável e dependente da ajuda externa de outros Emirados

tais como Abu Dhabi³⁰.

Por último, o “Modelo Dubai” revela também um notório desinteresse pela sustentabilidade energética e ambiental da cidade. Tal como se analisou ao longo deste estudo, o incentivo à adopção do ar condicionado como a principal forma de climatização dos edifícios, aliada a uma evidente despreocupação relativamente ao impacto ambiental dos projectos construídos, colocaram já os Emirados Arabes Unidos, no primeiro lugar no *ranking* dos países que mais recursos naturais consomem *per capita*.

Em síntese, o que se pode concluir acerca da viabilidade do “Modelo Dubai” é que, se numa primeira fase, esta estratégia enquanto forma de promoção foi sem dúvida essencial para a afirmação do Dubai como um dos principais destinos turísticos mundiais e consequentemente para a consolidação de uma economia estável; com o passar dos anos, contudo, este tem vindo a revelar-se, do ponto de vista social, económico e ambiental, *inviável*.

Num momento em que a economia do Dubai caminha para uma situação crítica, em que o volume de construção tem vindo a diminuir drasticamente e em que se verifica (quer pela ausência de trabalho, quer pela falta de qualidade de vida) um acentuado abandono dos seus residentes³¹, parece então urgente um reequacionamento desta estratégia.

A questão fundamental a repensar deverá ser, à semelhança da interrogação colocada pelo arquitecto Pedro Gadanho, “para que serve a arquitectura?”³², neste caso mais especificamente, para que serve a arquitectura *no Dubai*? Será apenas uma forma de “adicionar valor económico à construção”³³, ou por outro lado, deverá ter um papel crítico e social determinante? Mais ainda, serão estas duas opções inconciliáveis no caso de se continuar a apostar na espectacularidade da arquitectura enquanto forma de promoção?

Independentemente da resposta adoptada, o que parece fundamental é a necessidade de um investimento na concepção de uma estratégia que procure melhorar a qualidade

³⁰ Katy Watson. “Dubai’s debt crisis: One year” *BBC News: Business*, 25 de Novembro de 2010 [<http://www.bbc.co.uk/news/business-11837714> (consult. em 31/08/2012)]

³¹ Robert F. Worth; “Laid-Off Foreigners Flee as Dubai Spirals Down” in *The New York Times*, 11 de Fevereiro de 2011. [http://www.nytimes.com/2009/02/12/world/middleeast/12dubai.html?pagewanted=1&_r=2&ref=world (consult. em 30/08/2012)]

³² Pedro Gadanho. *Para que serve a arquitectura?*. Porto: Dafne, 2006

³³ *Idem*: pág 9

dos seus edifícios mas sobretudo da própria cidade. Uma estratégia que não terá que corresponder obrigatoriamente à destruição dos actuais projectos ou a uma completa reestruturação do Dubai, mas que poderá passar por uma adaptação e reorganização do actual edificado e da cidade.

Relativamente aos edifícios já existentes poder-se-ia, por exemplo, equacionar formas de os aproximar dos indivíduos: criar atravessamentos que permitissem o acesso do público ao interior dos quarteirões privados; eliminar as barreiras que actualmente asseguram a exclusividade de projectos tais como o Burj al Arab, ou tornar públicos e permeáveis os espaços que se organizam no interior dos múltiplos complexos comerciais tais como a Madinat Jumeirah. De modo a resolver o problema da insustentabilidade energética dos edifícios, poder-se-ia também, por exemplo, incentivar a adopção de mecanismos que permitissem controlar a insolação ou reduzir a dependência do ar condicionado. Para isso, poder-se-ia promover a justaposição de *brise-soleils* às fachadas envidraçadas ou, a utilização das torres de vento, não apenas como meros elementos decorativos, mas sim, e de acordo com a sua função original, como mecanismos de climatização natural.

Relativamente à forma como a cidade se encontra estruturada, seria também possível adoptar uma série de medidas que não passam pela sua reconstrução. As auto-estradas, por exemplo, um dos grandes problemas do Dubai, poderiam ser reestruturadas de forma a promover a construção de espaço público qualificado, na forma de grandes avenidas ou *boulevards*. Poder-se-ia reduzir o seu número de vias de circulação de forma a aumentar as dimensões dos passeios; aborizá-las de modo a criar espaços de sombra e substituir os seus atravessamentos elevados por passadeiras de forma a privilegiar a circulação pedonal sobre a dos veículos mecânicos e, consequentemente, incentivar o desenvolvimento de actividades comerciais e recreativas no exterior.

Em síntese, o futuro do Dubai terá de passar obrigatoriamente pelo desenvolvimento de um plano urbano global, que entenda a cidade como *um todo* ao invés de um mero somatório de projectos desconexos.

Terá que se equacionar uma estratégia onde a arquitectura deixe de ser entendida como uma mera manobra de *marketing* e passe a ter um papel determinante na melhoria da qualidade de vida dos seus habitantes. Uma estratégia na qual se promova não só a construção de edifícios qualificados e adaptados ao contexto e clima do Emirado como também se estimule o desenvolvimento de espaços exteriores públicos que, mais do que espaços de circulação destinados ao trânsito automóvel, se destinem

sobretudo às pessoas.

Em conclusão, uma estratégia que torne o Dubai num local desejado para ser habitado e não apenas um “destino temporário” para o qual os indivíduos se deslocam sem a intenção ou a vontade de permanecer³⁴. Uma metrópole que, mais do que um espectáculo subserviente à sociedade de consumo seja, de facto, uma cidade onde se promova sobretudo a qualidade de vida dos seus habitantes.

³⁴ “ [Zara Quiroga, cidadã (produtora audiovisual) portuguesa a residir actualmente no Dubai] O que se passa aqui no Dubai, é que as pessoas não estão cá para ficar. As pessoas vêm e vão. Não há pessoas velhas no Dubai” Patrícia V. Maldonado. “*Portugueses pelo Mundo : Dubai*” [<http://www.youtube.com/watch?v=ZuIHW9s05AA&feature=related> (consult. em 30/08/2012)]

bibliografia

ANTHANASIADIS, Ison. "Istanbul breakdancing gypsies". *World Politics Review*, 25 de Julho de 2007 [<http://www.worldpoliticsreview.com/blog/blog.aspx?id=955> (consult. a 25/07/2012)]

ASCHER, François. *Les Nouveaux Principes de l'Urbanisme. La fin des villes n'est pas à l'ordre du jour* [*Novos princípios do urbanismo*. Lisboa: LIVROS HORIZONTE, LDA, 2010]

AUGÉ, Marc. *Non-Lieux* [*Não-Lugares*. Lisboa: Graus Editora, 2005]

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacra et Simulation* [*Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan, 1994]

BAUMAN, Zygmunt. *Trust and fear in the Cities* [*Confiança e Medo na Cidade*. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2006]

BUNDHUN, Rebecca. "Burj Khalifa a towering tourism influence". *The National*, 5 de Janeiro de 2011 [<http://www.thenational.ae/business/travel-tourism/burj-khalifa-a-towering-tourism-influence> (consult. a 11/06/2012)]

CHAN, Sewell. "Dispute fester over village playhouse's fate". *The new york times*, 20 de Outubro de 2008 [<http://cityroom.blogs.nytimes.com/2008/10/20/dispute-festers-over-village-playhouses-fate/> (consult. a 25/07/2012)]

DARIN, Michaël. "Boulevard" in TOPALOV, Christian; LILLE, Laurent Coudroy de; DEPAULE, Jean-Charles; MARIN, Brigitte (Dirs.). *L'aventure des mots de la ville*. Paris: Robert Laffont, 2010

DAVIDSON, Christopher M. *Dubai: The Vulnerability of success*. United Kingdom: HURST Publishers Ltd, 2008

DEBORD, Guy. *La societe du spectacle* [*Society of the spectacle*. Detroit: Black & Red, 2010];

DEPARLE, Jason. “*Fearful of Restive Foreign Labor, Dubai Eyes Reforms*”. *The New York Times*, 6 de Agosto de 2007 [http://www.nytimes.com/2007/08/06/world/middleeast/06dubai.html?_r=1&oref=slogin (consult. a 31/07/2012)]

ELSHESHTAWY, Yasser. *Dubai: Behind an Urban Spectacle*. New York: Routledge, 2010;

FRANTZ and COLLINS, Douglas, Catherine. *Celebration U.S.A*. New York; Owl Books, 2000;

GADANHO, Pedro. *Para que serve a arquitetura?*. Porto: Dafne, 2006

GATTONI, Matilde. *Sonapur - Dubai's City of Gold* [<http://invisiblephotographer.asia/2011/09/15/photoessay-sonapurdubai-matildegattoni/> (consult. a 30/07/2012)]

JANDALY, Bassma. “*Emirati family has no place to live*”. *Gulf News*, 28 de Junho de 2007 [<http://gulfnews.com/news/gulf/uae/housing-property/emirati-family-has-no-place-to-live-1.186094> [consult. a 31/07/2012)]

KATE, Nesbit. *Theorizing a new agenda for architecture : an anthology of architecture theory*. New York : PAP; 1996

KATORYTIS, George. “ *The Dubai experiment*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007 (40-45)

KOOLHAAS, Rem. “ *A titanic struggle on a reduced battlefield*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007 (196-203)

KOOLHAAS, Rem. *Delirious New York* [*Delirio en Nueva York*. Barcelona : Editorial Gustavo Gili, 2004

KOOLHAAS, Rem. “*Education Diplomacy*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007 (316-319)

KOOLHAAS & MAU, Rem, Bruce. *S.M.L.XL*. New York: The Monaceli Press, 1995;

KOOLHAAS, Rem. *Mutations*. Barcelona : ACTAR, 2000

KOOLHAAS, Rem. *Três textos sobre a cidade*. Barcelona: Gustavo Gili, 2010

KOOLHAAS, Rem; EISENMAN, Peter. *Super-critical*. London: AA Publications. 2010

KOLO, Jerry. “*The necessity of an Enlightened City*” in Ole Bouman, Mitra Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.). *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007 (58-60)

McGINGLEY, Shane. “*Occupancy levels rise as Burj Khalifa celebrates first birthday*” . *Arabian Business*, 4 de Janeiro de 2011 [<http://www.arabianbusiness.com/occupancy-levels-rise-as-burj-khalifa-celebrates-first-birthday-371164.html> (consult. a 10/06/2012)]

MITCHELL, Kevin. “*Constructing Fact, Fantasy, and Fiction*” in Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007 (30-35)

LA CECLA, Franco. *Contro L'Architettura* [*Contra a arquitetura*. Casal de Cambra. Caleidoscópio, 2011]

LEACH, Neil. *The anaesthetics of architecture* [*La an-estética de la arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili, 1999]

McBRIDE. *Burj-al-Arab* in *Architecture Magazine*, 2000

PARKER, Ian. “*A Reporter at Large, ‘The Mirage’*”. *The New Yorker*, 17 de Outubro de 2005 [http://www.newyorker.com/archive/2005/10/17/051017fa_fact_parker consult. a 06/07/2012)]

SAUDERS William S. *Commodification and Spectacle in Architecture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2005;

WATSON, Katy. “*Dubai’s debt crisis: One year*”. *BBC News: Business*, 25 de Novembro de 2010 [http://www.bbc.co.uk/news/business-11837714 (consult. em 31/08/2012)]

WORTH, Robert F. “*Laid-off foreigners flee as Dubai spirals down*”. *The New York Times*, 11 de Fevereiro de 2011 [http://www.nytimes.com/2009/02/12/world/middleeast/12dubai.html?pagewanted=1&_r=2&ref=world (consult. em 30/08/2012)]

sites consultados

http://www.emirates.com/english/destinations_offers/discoverdubai/aboutdubai/index.aspx (consult. a 18/05/21012)

www.atkingsglobal.com (consult. a 07/06/2012)

<http://dubaization.wordpress.com/op-eds/failure-of-the-master-plan/> (cosult. a 07/06/2012)

<http://www.emporis.com/statistics/tallest-hotel> (consult. a 10/09/2012)

<http://dcm.gov.ae/definitely-dubai/dubai-tourism> (consult. a 12/08/2012)

http://qu.academia.edu/AliAlraouf/Papers/358453/The_Emergence_of_a_New_Urban_Brand_Dubaization_Dubaification_ (consult. a 07/07/2012)

<http://www.godubai.com/explore/whatshot.asp> (consult. a 09/08/2012)

<http://www.weather.com/weather/wxclimatology/monthly/graph/AEXX0004> (consult. a 09/08/2012)

http://en.wikipedia.org/wiki/Climate_of_Dubai (consult. a 09/08/2012)

videos / podcasts

KOOLHAAS, EISENMAN, Rem, Peter. Urgency; Canadian Center of Architecture (CCA) 2007. Podcast;

MALDONADO, Patrícia V. Portugueses pelo Mundo : Dubai. <http://www.youtube.com/watch?v=ZuIHW9s05AA&feature=related>

créditos de imagens

1 Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pag 156

1.1 <http://www.youtube.com/watch?v=GpjfBS7nzZ8>

1.2 Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam: Stichting Archis, 2007; pág. 152

1.3 http://www.reiseziel-dubai.de-das-alte-dubai-bilder-31_C

1.4 http://www.reiseziel-dubai.de-das-alte-dubai-bilder-Port-Rashid-2_C

1.5 www.dubai-architecture.info/DUB-GAL1.htm1.6

1.6 Luís Sousa (LS)

2 LS

2.1 LS

2.2 LS

2.3 LS

2.4 LS

2.5 LS

2.6 LS

2.7 LS

2.8 LS (realizada a partir do “Google earth”)

2.9 LS

2.10 LS

2.11 LS

2.12 LS

2.13 LS

2.14 LS

2.15 LS (realizada com base na informação do site http://en.wikipedia.org/wiki/Climate_of_Dubai)

2.16 LS

2.17 LS

2.18 LS

3 LS

3.1 <http://vimeo.com/channels/mydubai/>

3.2 LS

3.3 LS

3.4 LS

3.5 LS

3.6 [http--commondatastorage.googleapis.com-static.panoramio.com-photos- original-61638208](http://commondatastorage.googleapis.com-static.panoramio.com-photos-original-61638208)

3.7 www.condohotelsdubai.com/images/dubai-houses

3.8 www.worldpropertychannel.com/news-assets/Palm-Jumeirah-Residences-Dubai

3.9 Ole Bouman, Mita Khoubrou & Rem Koolhaas (eds.) *Al Manakh*. Amsterdam:
Stichting Archis, 2007; pag 161

3.10 LS

3.11 LS

4 LS

4.1 LS

4.2 http://leadconsulting.com/leadpub/slides/a_4_1_al_maktoum/almaktoum1.jpg

4.3 LS

4.4 <http://invisiblephotographer.asia/2011/09/15/photoessay-sonapurdubai-matildegattoni/>

4.5 <http://invisiblephotographer.asia/2011/09/15/photoessay-sonapurdubai-matildegattoni/>

4.6 LS

4.7 <http://i51.tinypic.com/sm5c75.jpg>

4.8 <http://visittoqatar.files.wordpress.com/2012/02/thepearlqatar1.jpg>